



جامعة المنصورة

كلية الآداب

—

أطر التغطية المصورة بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٨ واتجاهات الجمهور نحوها ” دراسة تطبيقية“

دكتور/ عبدالهادي أحمد النجار

أستاذ الصحافة المساعد

كلية الآداب - جامعة المنصورة

مجلة كلية الآداب - جامعة المنصورة

العدد الثالث والستون - أغسطس ٢٠١٨

أطر التخطيطية المصورة بصفتي مرشحي الانتخابات الرئاسية المصرية

٢٠١٨ واتجاهات الجمهور نحوها " دراسة تطبيعية "

د / عبدالهادي أحمد النجار

ملخص البحث:

لم يتوقع أحد أن يتحول موقع (الفييس بوك) والذي أنشئ أساساً لتبادل الأحاديث والآراء والتعارف إلى منبر سياسي كبير، بل أصبح له دور فاعل في صناعة الحملات الانتخابية وخلق مناخ من التفاعل بين المستخدم والحدث الانتخابي، واستطاعت الصورة من خلاله وفي أكثر من حدث أن تحشد الرأي العام تجاه قضايا معينة وتغيير مواقف وسياسات بل تجاوزت المجال السياسي لتصبح مهمة في حفظ الذاكرة المجتمعية. وقد أعلنت الحملة الرسمية لكلا المرشحين الرئاسيين عبد الفتاح السيسي وموسي مصطفى، عن تدشين صفحة رسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي "فييس بوك"، والتي ستتناول كافة المعلومات الخاصة بالحملة الانتخابية، وأبرز الفعاليات التي تنوى إقامتها في كافة المحافظات والأرجاء خلال فترة الانتخابات الرئاسية.

ويستمد هذا الموضوع أهميته من طبيعة توظيف شبكات التواصل الاجتماعي للحملات الانتخابية للوصول إلى أكبر عدد من الجماهير، وهذا النوع من صفحات الحملات للمرشحين لم يكن موجوداً قبل عام ٢٠٠٥.

Abstract

No one could anticipate how the Facebook site that was established for exchanging opinions and introducing each other has become a political site. It has an effective role in election campaigns and creating communication between its users and the elections. Through using the Facebook, the public opinion towards certain actions has created. Moreover, it exceeds the political situations; it became a tool for saving the societal memory. For example, the formal election campaigns of both of Abdul-Fattah El-Sisy and Mousa Mustafa was announced through the Facebook. Through their Facebook pages, they announced the data concerning their campaigns and the most important actions that they will do in the different governorates through the period of the election.

The importance of this study comes from using the social media sites within the election campaigns in order to inform a lot of the fans. This type of pages has not appeared before 2005.

المقدمة:

بعض الأوقات تكون الصورة أبلغ وأقوى من النص المكتوب لأنها تنقل وتجسد الحدث، وتحليل الصورة يحتاج إلى الغوص في أعماق الرسالة لفهم معانيها، وذلك في إطار المجتمع الذي خرجت منه أو عبرت عنه، ويعتمد فهم معاني الرسائل المصورة على فهم العلاقات بين الأشياء.

ونظراً للأهمية الكبيرة التي تتمتع بها الصورة الصحفية جعلتها تستقطب اهتمام القائمين على العمل الإخباري والذين قاموا بتوظيفها ضمن مجالات ومستويات مختلفة لمحاولة استمالة واقناع الجمهور، وأصبحت تلعب دوراً مهماً في تحقيق أهداف الصحافة.

وقد أعلن الرئيس عبد الفتاح السيسي في ١٩ يناير ٢٠١٨ عن ترشحه للرئاسة لفترة ثانية، فيما أعلن

باتت هيمنة الصورة من أبرز سمات العصر الحالي والذي يعرف بعصر " حضارة الصورة " لتكون إحدى أهم الأدوات المعرفية والثقافية، حتى أصبحت الصورة لغة تعلق على الرموز اللفظية، وتستحق التأمل والبحث، فقد سادت ثقافة الصورة بدلاً من ثقافة الكلمة، وتحتاج لغة الصورة إلى الكشف عن القواعد التي تحكم طريقتها في إنتاج معانيها ومن ثم إيصالها إلى المتلقي.

كما تقدم الصورة دعماً للنص الصحفي " المكتوب " ، فهي تسهل الشرح وتوضحه من خلال اللون والشكل والخطوط وغيرها، وتتبع أهمية الصورة من أنها تجذب الانتباه؛ حيث إن الكلمات تعجز أحياناً عن إيصال المضمون إلى المتلقي عندما تقتقد لوجود صورة، وفي

مصطفى موسى حصل على ٦٥٦ ألفا و٥٣٤ صوتاً، بنسبة ٢.٩٢% (١)

ومع بدء التحولات التي اجتاحت العالم العربي في نهاية عام ٢٠١٠، وبالتزامن مع ما شهدته الدولة المصرية من تغيرات سياسية واجتماعية منذ أحداث ٢٥ يناير ٢٠١١ مروراً بأحداث ٣٠ يونيو ٢٠١٣ وتداعياتها؛ كان للمواقع الاجتماعية دوراً مهماً في هذه الأحداث؛ حيث إنها لم تشكل فقط حلقة وصل بين الجماهير لتبادل المعلومات والخبرات بشأن ما يجري من أحداث، لكنها أصبحت أيضاً تمارس دور تجميع الكتلة الحرجة Critical Mass من خلال تشجيع الحشود وتشكيل اتجاهات الجماهير.

وفي إطار الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في الحياة السياسية، فقد طرحت عدداً من الدراسات طبيعة المشاركة في المناقشات السياسية للجمهور في الشبكات الاجتماعية.

واستغل المرشحون والأحزاب السياسية الفيس بوك لنشر برامجهم الانتخابية وتحولت الشبكات الاجتماعية إلى منصة هامة لشن الحملات الالكترونية، وهو الأمر الذي نقل الحملات الانتخابية من الحائط والشارع إلى ساحات الشبكات الاجتماعية مستفيدة باتساع قاعدة المستخدمين وبسهولة توظيف الرسالة الإعلامية في عملية التأثير في الناخبين ودفعهم الى المشاركة السياسية.

وتستخدم الشبكات الاجتماعية في شن الحملات الالكترونية لرخص التكلفة وسهولة تكوين ونشر الصور والفيديوهات الدعائية، وإتاحة الفرصة لكسر فترة الصمت الانتخابي وضعف الرقابة على سقف التمويل، وهو ما يمثل تجاوزاً لقيود اللجنة الانتخابية المشرفة

المهندس موسى مصطفى رئيس حزب الغد عن ترشحه للانتخابات الرئاسية في ٢٩ يناير ٢٠١٨ واقتصرت المنافسة عليهما .

وتم تخصيص رمز النجمة للمرشح عبد الفتاح السيسي، ورمز الطائرة للمرشح موسى مصطفى موسى، واختارت حملة السيسي شعار "كلنا معاك"، بينما اختارت حملة موسى مصطفى شعار "هنكمل..هنطور..مصر أحلى".

وقد حددت الهيئة الوطنية للانتخابات في مصر الجدول الزمني النهائي للانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٨، بحيث يبدأ تلقي طلبات الترشح في ٢٠ يناير ٢٠١٨ ولمدة ١٠ أيام، وتم تحديد أيام ١٦، ١٧ و١٨ مارس لتصويت المصريين في الخارج، على أن يبدأ التصويت في الداخل من ٢٦ من الشهر نفسه ولمدة ثلاثة أيام.

ويحدد الدستور آلية الترشح، بأنه " يُشترط لقبول الترشح لرئاسة الجمهورية أن يزكي المترشح عشرون عضواً على الأقل من أعضاء مجلس النواب، أو أن يؤيده ما لا يقل عن خمسة وعشرين ألف مواطن ممن لهم حق الانتخاب في خمس عشرة محافظة على الأقل، وبعد أدنى ألف مؤيد من كل محافظة منها. وفي جميع الأحوال، لا يجوز تأييد أكثر من مترشح، وذلك على النحو الذي ينظمه القانون".

وجاءت نتائج الانتخابات والتي أعلنها المستشار لاشين إبراهيم، رئيس الهيئة الوطنية للانتخابات، فوز عبد الفتاح خليل إبراهيم السيسي برئاسة مصر في انتخابات الرئاسة ٢٠١٨ بعد حصوله على ٢١ مليوناً و٨٣٥ ألفاً و٣٨٧ صوتاً، بنسبة ٩٧.٠٨% من الأصوات الصحيحة، فيما حصل المرشح موسى

"الفيس بوك"، لتكون هي الصفحة الوحيدة المتحدثة باسم الحملة، ورابطها هو <https://www.facebook.com/alsisiofficialcampaign> / وقد انطلقت يوم ٢٧ يناير ٢٠١٨ ، كما انطلقت حملة المرشح الرئاسي موسى مصطفى، صفحتها في يوم ٢٥ فبراير ٢٠١٨ ورابطها هو <https://www.facebook.com/MoussaMostafaOfficial/> وقد لعبت الصورة دورا أساسيا في بناء صفحتي المرشحين لرئاسة الجمهورية لإبراز الحدث الانتخابي وتوثيقه بشكل كامل حتى أن هناك بعض الصور التي نشرت ليست بحاجة للتعليق بل أدلت عن نفسها من زاوية الالتقاط أو الحدث الذي تعبر عنه كصورة رمزي المرشحين مثلا " النجمة والطائرة " فضلا عما تشكله الصورة لتوصيل المعلومة لعقل المستخدم لكلا الصفحتين على اختلاف درجة تعليمه أو وعيه، ومن هنا برزت أهمية دراسة تأطير الصورة ، فالصورة مثل النص بل أثبتت بعض الدراسات أن الأطر المصورة أقوى من الأطر النصية في فهم الحدث وأبعاده وأيضا قدرتها على تذكير المستخدمين بالأحداث الانتخابية المختلفة التي مضت منذ زمن بعيد، وذلك في ظل ما يشهده مجتمعنا من تحولات كبيرة على الصعيد السياسي. وتكمن المشكلة في التساؤل التالي : ما أطر تغطية الصورة بصفتي مرشحي الرئاسة بمصر ٢٠١٨ واتجاهات الجمهور نحوها؟

أما أسباب اختيار الموضوع فترجع إلي :

- ندرة الدراسات الصحفية في دراسة هذا الموضوع " دراسات حول صفحات المرشحين في الانتخابات الرئاسية في مصر " .

على الانتخابات. ولهذا فقد سعت حملة الرئيس عبدالفتاح السيسي بتدشين صفحة علي الفيس بوك ، وكذلك حملة المهندس موسى مصطفى وتسعي هذه الدراسة إلي تطوير واختبار نموذج تحليل الأطر المصورة الذي يهتم بالعناصر المرئية والسياق اللفظي للصور وذلك من خلال التأصيل النظري للأطر المصورة ، وفي ضوء ما سبق نجد أن هناك حاجة إلي التعرف علي كيفية تأطير الصورة الصحفية للانتخابات الرئاسية في مصر ٢٠١٨ في صفحتي مرشحي الرئاسة " عبدالفتاح السيسي وموسى مصطفى .

مشكلة الدراسة

لم يتوقع أحد أن يتحول موقع (الفيس بوك) والذي أنشئ أساسا لتبادل الأحاديث والآراء والتعارف إلى منبر سياسي كبير، بل أصبح له دور فاعل في صناعة الحملات الانتخابية وخلق مناخ من التفاعل بين المستخدم والحدث الانتخابي ، واستطاعت الصورة من خلاله وفي أكثر من حدث أن تحشد الرأي العام تجاه قضايا معينة وتغيير مواقف وسياسات بل تجاوزت المجال السياسي لتصبح مهمة في حفظ الذاكرة المجتمعية. وقد أعلنت الحملة الرسمية للمرشح الرئاسي عبد الفتاح السيسي، تدشين صفحة رسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"، والتي ستتناول كافة المعلومات الخاصة بالحملة الانتخابية، وأبرز الفعاليات التي تنوى إقامتها في كافة المحافظات والأرجاء خلال فترة الانتخابات الرئاسية.

وحرصت الحملة على توثيق الصفحة الرسمية علي

شبكات التواصل الاجتماعي للحملات الانتخابية للوصول إلي أكبر عدد من الجماهير ، وهذا النوع من صفحات الحملات للمرشحين لم يكن موجودا قیل عام ٢٠٠٥.

- توظيف الصورة المنشورة على موقع الفيس بوك في نقل الحدث في ظل التطور التقني الهائل في صناعة الصور الرقمية، وانعكاسات ذلك على الصورة باعتبارها لغة العصر .

- تعد نتائج هذه الدراسة وتوصياتها مرشداً لمن يعملون في مجال التصوير ونقلها عبر صفحات المرشحين بموقع الفيس بوك من الهواة ومسئولي إدارة الصفحات .

الدراسات السابقة :

قام الباحث بتقسيم الدراسات السابقة على محورين ، وذلك لتغطية مختلف جوانب الدراسة الحالية كالتالي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت الصورة في الصحف والمواقع والشبكات الاجتماعية :

١-دراسة الشيماء صفه محمد أبو الخير(٢٠١٨) (٢) بعنوان: دور الصورة علي موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك في فهم وتذكر الأحداث السياسية دراسة تحليلية وميدانية .

هدفت الدراسة إلى الكشف عن قدرة الصورة في موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك على منافسة الصورة المنشورة في المواقع الإلكترونية، وعن قدرتها في التوثيق الجيد للحدث باختلاف أبعاده ، وتوضيح الجوانب التقنية في الصورة الرقمية على موقع الفيس بوك وبيان أثرها على فهم المستخدم للحدث، وما تعكسه من دلالات. وتفسير تأثير الصورة على تذكر المستخدم للأحداث المختلفة، من خلال عرض العوامل المحيطة بعملية

- الاهتمام الذي لمسه الباحث من خلال الدراسة الاستطلاعية من قبل الجمهور بالحرص علي متابعة صفحتي المرشحين بانتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٨.

- تدعيم الاتجاه البحثي في مجال نظريات تأثير وسائل الإعلام وتطوير دراسة الأطر المصورة .

أهمية الدراسة

يمكن تحديد أهمية هذه الدراسة في ضوء:

- الأهمية العلمية :

- ما يمكن أن تضيفه هذه الدراسة إلي التراث العلمي في مجال دراسات نظرية الأطر وخاصة مدخل الأطر المصورة ، وهو ما دعي الباحث إلي التعمق في هذا المجال البحثي .

- السعي إلي رصد الصورة (الثابتة - المتحركة) من أجل دراستها وفقا لتوجهات محددة يتم تجسيدها عبر توظيف إشارات بصرية وشخصيات يظهرون باختلاف أعمارهم وأنواعهم وملابسهم وعناصر أخرى تتعلق بغنيات اختيار الزوايا المختلفة، إضافة إلى النص المرافق للصورة أي العنوان، وهي محاولة بحثية تكتسب أهميتها انطلاقاً من أنها تتضمن أبعاداً كمية وكيفية للكشف عن حدود توظيف عناصر الصورة في الحملات الانتخابية .

- قدرة الصورة المنشورة على صفحتي المرشحين بالفيس بوك على إيصال تنكيكات الحملة الانتخابية لمستخدمي الفيس بوك ومساعدتهم في فهم ما يحدث من تطورات الأحداث رغم اختلاف قدرتهم على فهم ما يدور وذلك بالتعمق في تقنية الصورة ذاتها .

الأهمية التطبيقية:

- يستمد هذا الموضوع أهميته من طبيعة توظيف

تعرضه للصورة على الفيس بوك والجوانب المختلفة والخلفيات المعرفية لدى المستخدم .

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- أثبتت النتائج قدرة المبحوثين على فهم الصور على صفحة اليوم السابع أعلى من تذكرهم لها، ويرجع ذلك لإفراط اليوم السابع في استخدام الصور الأرشيفية ؛ حيث أكدت النتائج أنها تسبب فهم للمبحوث لمحتوى الحدث لكنها لا تساعده على تذكره، حيث اتضح أن الصعوبة في تذكر المعلومة لا يعنى أنها لم يتم تخزينها بل يرجع لعدم ملائمة المفاتيح الاسترجاعية المستخدمة . فاستخدام صورة أرشيفية لا تمثل الحدث بشكل جيد بل تم وضعها كنوع من لفت الانتباه فقط.

- تفوق صفحة الأهرام على صفحة اليوم السابع في تذكر المبحوثين لمحتوى الصور لا يرجع فقط لاستخدامها للصور الحية ولكن أيضاً نجاحها في توظيف المكون العاطفي في عرض صور الأحداث، وهو ما أثبتته النموذج العصبي النفسي لتمثيل المعلومات السياسية بالمخ، فكما أكدت النتائج أن صور الأحداث العنيفة حازت على نسبة مرتفعة من كفاءة تمثيلها بالعقل ومن ثم فهمها وتذكرها بشكل جيد، في حين وظفت اليوم السابع المكون الإدراكي والخاص بعرض المعلومة بشكل مجرد عن كل ما يثير العاطفة مما ساهم في زيادة فهم المبحوث لها بشكل أكبر من تذكره لها.

٢ - دراسة (Perreault & Paul, 2018) ^(٣) بعنوان صورة اللاجئين كما تعكسها عدسات مواقع التواصل الاجتماعي: تحليل الإطار الوصفي لمجموعة مواطنين من نيويورك .

هدفت الدراسة للكشف عن الصورة الفوتوغرافية المرئية للاجئين السوريين في مجموعة "أناس من نيويورك

"على موقع الفيس بوك، وهو موقع صحافة المواطن تديره مصورة صحفية في نيويورك ؛ حيث تم تحليل الأطر المصورة باستخدام النظرية السردية والتي تختص بتحليل الإطار السردى لفحص البلاغة البصرية لأزمة اللاجئين التي تظهر على هذا الموقع والتعرف على انعكاس المشاهد المصورة لحياتهم اليومية على المواطنين، باستخدام أسلوب المسح لعينة من الصور الفوتوغرافية بلغت ٣٠٠ صورة على الصور الأكثر شعبية لدى مشاهدي الموقع.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- أنه في الوقت الذي تقوم وسائل الإعلام الرئيسية بتهميش اللاجئين وقضيتهم وتجريدتهم من إنسانيتهم من خلال تعمد تصويرهم من خلال زوايا التقاط تجعلهم يظهرون أنهم إرهابيون، لا تعمل في ظل المعايير والروتين الصحفي فإن المواقع البديلة على فيس بوك مثل HONY لا تعمل في ظل المعايير والروتين الصحفي وتقدم صوراً بديلة حقيقية عن أزمة اللاجئين في أوروبا وأمريكا.

- أظهر تحليل الإطارات السردية الثلاثة للصور الفوتوغرافية للاجئين أنهم يتمتعون بمهارات التطلع فهم أصبحوا أمريكيي الطبع برغم اختلاف الأيدولوجية.

- أن الصور الفوتوغرافية لواقع اللاجئين والتي يلتقطها لهم الصحفيين ساهمت في وصف حياتهم اليومية التي أظهرها فيها مدى قدرتهم الكبيرة على الاندماج في الحياة الأمريكية والسعي وراء العمل والنجاح رغم صعوبة الظروف أحياناً .

٣- دراسة حمزة السيد حمزة خليل (٢٠١٨) ^(٤) بعنوان " التحليل النقدي لدراسات الأطر المصورة في المدرستين الأكاديميتين الغربية والعربية في الفترة من

٤-دراسة (Hellmueller & Zhang (2017)^(٥) بعنوان " التأطير المرئي لأزمة اللاجئين الأوروبيين في دير شبيجل وسي إن إن الدولية الصحافة العالمية في صور الأخبار "

هدفت الدراسة للكشف عن توظيف الصحف عينة الدراسة للصور التي تخص اللاجئين ودورها في التأثير على الجمهور الأوروبي، و اعتمدت الدراسة على منهج المسجل ٢٨٧ صورة تم نشرها على مواقع الأخبار على الإنترنت Spiegel Der و CNN International لفحص الأدلة على ممارسات الصحافة العالمية في المحتوى الإخباري المرئي باستخدام أداة التحليل الكمي للمحتوى الإخباري المصور .

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :

أ-المحتوى الإخباري عبر السى إن إن الدولية يستخدم بشكل متكرر لقطات مقربة وتتبع لقطات لإظهار اللاجئين في تقريره البصري أكثر من مجلة دير شبيجل الألمانية.

-وبالمقارنة بين الصحيفتين تبين قدرة المصادر الإخبارية في إظهار المعاناة في العالم والتي يمكن أن تعكس وجهة نظر عالمية حول قضية المعاناة والتهمير في العالم، بما يحقق الاتفاق بين الصحيفتين برغم اختلاف الأطر.

٥-دراسة حمزة السيد حمزة خليل (٢٠١٧)^(٦) بعنوان " دلالة تأطير الصورة لأحداث ثورة ٣٠ يونيو ، دراسة تحليلية مقارنة لمواقع الصحف المصرية والغربية "

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية تأطير الصورة لأحداث ثورة ٣٠ يونيو في مواقع الصحف المصرية والغربية للوقوف على رصد وتحليل الأطر

١٩٩٠ حتى ٢٠١٧ :دراسة تحليلية من المستوي الثاني "

هدفت الدراسة إلي رصد وتحليل ونقد التراث العلمي لبحوث الأطر الإخبارية المصورة في المدرستين الأكاديميتين الغربية والعربية خلال الفترة الزمنية من ٢٠٠٠ حتى ٢٠١٧ من حيث مشكلاتها البحثية وأطرها النظرية والمنهجية وإضافتها المعرفية والتطبيقية .

وتم اختيار عينة الدراسة من ٥١ دراسة حول الأطر المصورة ، منهم (٤٥) دراسة أجنبية بواقع ٨٨% ، و(٦) دراسات عربية بواقع ١٢% ، وذلك بالاستناد علي أسلوب العينة المتاحة ، بوصفها العينة الأكثر استخداما في بحوث التحليل الكيفي من المستوي الثاني للتراث العلمي الخاص بالمجالات البحثية العريضة والدراسات التتبعية والتقييمية لتطبيقات النظرية العلمية .

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :

-أظهرت النتائج في مجملها إلي عدم الاتساق المفاهيمي للأطر المصورة ، حيث إن التأسيس النظري والتجريبي وبناء التعريف الاستثنائي للأطر المصورة لازال في مرحلة التأسيس وأن الدراسات القليلة نسبيا التي تستكشف الأطر المصورة تقدم مزيج ووفرة من أساليب التحليل التي قد تضعف من هذا النموذج بدلا من أن تساعد في تطويره .

-علي الرغم من أن فلسفة تحليل الأطر المصورة التي تستند علي براعة الباحث في استخدام الأدوات المنهجية الكيفية في استخلاص الأطر المصورة والبرهنة عليها ، ركزت علي تحليل المحتوى الكمي ، يليها اختبار البحوث التجريبية لتأثيرات الأطر المصورة في مقابل تراجع الاهتمام بتحليل المحتوى الكيفي للصور .

توظيف الأطر المصورة لأحداث الثورة ؛ حيث غلبت أطر التغير السياسي والاجتماعي في التغطية المصورة في موقع اليوم السابع ، بينما كانت الأطر المتعاطفة وأطر الوضع القائم هي المسيطرة والغالبة في موقع النيويورك تايم، وأطر الوضع القائم لجماعة الإخوان المسلمين المهيمنة على التغطية المصورة بموقع الجارديان.

٦- دراسة نجاح علي حسن (٢٠١٦) (٧) بعنوان " أثر التفاعلية بين الصورة الصحفية بالمواقع الالكترونية والصورة التلفزيونية باليوتيوب على البناء المعرفي للمتلقي دراسة تطبيقية "

هدفت الدراسة الكشف عن معدل استخدام المتلقين للمواقع الصحفية وموقع يوتيوب وأثره على البناء المعرفي لديهم ، فضلا عن التعرف على الأنماط التي يفضلها المتلقين للصور الصحفية بالمواقع الإلكترونية أو لصور التلفزيونية باليوتيوب وأثرها على البناء المعرفي لديهم ، والبحث في دوافع استخدام المتلقين للصور الصحفية بالمواقع الإلكترونية أو لصور التلفزيونية باليوتيوب وأثرها على البناء المعرفي لديهم ، وكذلك رصد الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على متابعة الصورة الصحفية بالمواقع الصحفية والصورة التلفزيونية باليوتيوب. واستخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال رصد أثر تداول الجمهور لمقاطع الفيديو باليوتيوب على الأخبار التلفزيونية بالفضائيات العراقية، بهدف جمع معلومات وبيانات موضوعية ومنتظمة عن الظاهرة محل الدراسة وتحليل اتجاهات الجمهور نحوها، ومعالجة هذه البيانات إحصائيا بالشكل المناسب للوصول إلى نتائج موثوق فيها

وقد خلصت الدراسة لعدة نتائج منها :

المصورة في التغطية ودلالاتها للتأكيد فضلاً عن كيفية استخدام مواقع الدراسة العناصر التكوينية في إطار التحليل الدلالي والاحتجاجات لتحديد اتجاهات مواقع الصحف الغربية والمصرية نحو ثورة ٣٠ يونيو ومدى ارتباطها بمواقف الدول التي تنتمي إليها ؛ حيث قامت الدراسة بتحليل الصور الثابتة والمتحركة في ثلاث مواقع اليوم السابع والنيويورك تايم والجارديان في الفترة من ١٦ يونيو ٢٠١٣ حتى ٢٠ أغسطس ٢٠١٣ ؛ وذلك باستخدام أداة تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي وتحليل الأطر الاخبارية المصورة في ضوء منهج المسح الاجتماعي.

وقد خلصت الدراسة لعدة نتائج منها :

- أن مواقع الدراسة الثلاثة أولت اهتماماً كبيراً لأحداث ثورة ٣٠ يونيو من خلال حجم التغطية المصورة التي حظيت بها الأحداث في مواقع الدراسة ؛ حيث بلغ إجمالي عدد الصور الصحفية الثابتة (١٤٢٧) صورة فوتوغرافية وإجمالي عدد فيديوهات (٢٩٢) وذلك في مواقع الدراسة الثلاث.

- أظهر التحليل الكمي والكيفي مرور التغطية الصحفية المصورة بثلاث مراحل زمنية مختلفة وهي مرحلة التحضير لقيام الثورة ، ومرحلة الخطوات العملية للثورية ، ومرحلة نتائج العواقب والتداعيات للثورة.

- اهتمت مواقع الدراسة بالتغطية المصورة لأحداث فضلاً عن بروز خمس مجموعات من الأطر المصورة الغالبة والمهيمنة على التغطية المصورة وهي : (أطر التغيير السياسي والاجتماعي - وأطر دعم الوضع القائم - والأطر المختلطة - والأطر المتعاطفة الإنسانية - والأطر التشخيصية).

- أظهرت النتائج اختلاف مواقع الدراسة في

- أن إجمالي عدد الصور الخاصة بمحاكمة مبارك بلغ ١٧٦ صورة بنسبة ٦٨% من عينة الصور الخاصة بالدراسة.

- بلغ عدد الصور الخاصة بمحاكمة مرسي ٨٠ صورة بنسبة ٣١% من إجمالي الدراسة.

- احتلت أساليب الاقناع " المرتبة الأولى " في جميع صفح الدراسة الممثلة " الوفد والأهرام والشروق " .

- استحوذت فئة المشاعر الإنسانية الترتيب الأول في محاكمة مبارك بنسبة ٥٢.٦% في الصحف المصرية واتفقت بنسبة كبيرة بمت جاء في التغطية الصحفية لمرسي.

- احتلت فئة المشاعر الإنسانية في محاكمة مرسي نسبة ٤٦.٣% في الصحف عينة الدراسة بما يتفق مع نسبة التغطية السابقة وذلك في دلالة والضجة في استخدام " الاستمالات العاطفية" لإقناع القارئ بالصورة والتعاطف معها.

٨- دراسة سارة أحمد يسين أبو السعود (٢٠١٦) ^(٩) بعنوان " أطر التغطية الصحفية المصورة لأحداث ثورة ٢٥ يناير في الصحف المصرية دراسة تحليلية ودلالية بالتطبيق علي صحف الأخبار - الوفد (الشروق) خلال الفترة من ٢٥ يناير حتي ١١ فبراير ٢٠١١ "

هدفت الدراسة إلي التعرف علي أهم الأطر المستخدمة في نشر الصور الصحفية عن ثورة يناير في الصحف المصرية، وتحديد آليات وأهداف استخدام الصور والدور الذي لعبته في إيصال رسائل معينة للقراء، والكشف عن توجهات الصحف المصرية المختلفة في معالجة القضايا السياسية من خلال تحليل

- جاء تفضيل الجمهور للصور المصاحبة للنص الخبري في المركز الأول بنسبة ٧٣.٢ % ، فيما جاءت ألبومات الصور في المركز الثاني بنسبة ٢٦.٨% وألبوم الصور هو مجموعة من الصور عن موضوع ما، ويحمل عنواناً معيناً، ويتم فيه التعليق على كل صورة، وقد تنشر الصور دون تعليق.

- يفضل الجمهور متابعة الصور الموضوعية في المركز الأول بنسبة ٦١.٢ % ، بينما جاءت الصور الشخصية في المركز الثاني بنسبة ٣٨.٨ % .

- يهتم الجمهور بمتابعة الصور الحية في المركز الأول بنسبة ٧٥.٥ %، بينما الصور الأرشيفية جاءت في المركز الثاني بنسبة ٢٥.٥ % .

٧- دراسة شاهدة عبد السلام سرور (٢٠١٦) ^(٨) بعنوان " التغطية الصحفية المصورة لمحاكمات نظامي مبارك ومرسي في الصحافة المصرية"

هدفت الدراسة إلى تحليل الصور الخاصة بالمحاكمات وكشف دلالاتها وذلك بإجراء دراسة على عينة من الصحف الاخبارية المصرية ، بغرض الوصول لتحديد آليات وأهداف هذه الصور والدور الذي تلعبه من أجل إيصال رسائل معينة للرأي العام المصري . حيث تحددت إشكالية الدراسة في رصد لمضمون الصور الصحفية المنشورة بعينة الدراسة والممثلة في : (الوفد - الأهرام - الشروق) ، وقد قامت الباحثة بإجراء تحليل لـ ٢٥٦ صورة خاصة بمحاكمتي مبارك ومرسي بما فيها من دلالات وعلامات باستخدام تحليل المضمون وأداة التحليل السيميولوجي ، وذلك من أجل التعرف على التغطية التصويرية بحسب انتمائها .

وقد خلصت الدراسة لعدة نتائج أهمها :

لتركيب الصورة الفوتوغرافية الرقمية الثابتة (الفوتومونتاج) في شبكات التواصل الاجتماعي ومن خلال التحليل السيميولوجي للصورة المنشورة علي صفحات موقع فيس بوك وهي كلنا خالد سعيد ، وأساحبي ، وكارلوس لاتوف رسام الثورة ، وإخوان كاذبون .

اعتمدت الدراسة علي منهج المسح وأسلوب المقارنة المنهجية ، وفي سبيل تحقيق تلك الأهداف ، تم اعتماد استمارة التحليل السيميولوجي بالإضافة إلي الاستمارة كأدوات لجمع البيانات ، كما أجرت دراسة ميدانية علي عينة طبقية من ٣٠٠ مفردة من الشباب المصري تتراوح اعمارهم من ١٨-٣٥ عاما مقسمة بين محافظتي القاهرة والأسكندرية .

وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج من أهمها :

١- احتوت الصورة المركبة علي موقع الفيس بوك عددا من الأفكار المتواترة ، من أهمها التغيير السياسي واسقاط النظام ، وفساد دستور ٢٠١٢ ، ضعف مرسي أمام الجماعة ، وطمع القوة الثورية في الوصول للحكم ، والتككيل بالمعارضين ، ومحاكمة مبارك ، والحشد لثورة ٣٠ يونيو .

٢- تكوينيا : احتلت العناصر الأكثر أهمية الموضوع الأيسر والأعلي والمركز في أغلب الصور ، أما الصورة المعتمدة علي الأعمال الفنية ، فكان ترتيب العناصر داخلها وفقا لترتيبها في المشهد الأصلي فلم تكن له دلالة سيميولوجيا .

٣- نماذجيا : كانت الصور الأهم هي صور محاكمة مرسي وجماعته ، وثورة الثلاثين من يونيو .

١٠- دراسة حسن ابراهيم حسن (٢٠١٥) (١١)

بعنوان " الصورة في المدونات الإلكترونية دراسة تحليلية"

مضمون الصور الصحفية" ، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي لتغطية الصور المنشورة في الصحف الثلاث (الأخبار ، الوفد ، الشروق) منذ قيام ثورة ٢٥ يناير وحتى اسقاط نظام الحكم في ١١ فبراير ٢٠١١ ، واعتمدت الدراسة علي أداتي من أدوات التحليل. أداة تحليل المضمون وذلك لتفكيك وتجزئة الصورة إلي فئات قابلة للعد والقياس ، و أداة التحليل السيميولوجي وذلك للتعرف عل الدلالات والرموز التي تعكسها الصور المنشورة في الصحف موضع الدراسة للتعرف علي توجهاتها السياسية.

وقد خلصت الدراسة لعدة نتائج منها :

-أبرزت التغطية الصحفية المصورة لأحداث ثورة ٢٥ يناير مجموعة من الأطر المصورة جاء في مقدمتها إطار ردود الأفعال وإطار الصمود وإطار الفوضى وإطار التهذئة .

-احتل المتظاهرون الترتيب الأول كأكثر الشخصيات الفاعلة في التغطية المصورة لأحداث ثورة ٢٥ يناير وذلك بنسبة ٢٣.٣ % ثم تلتها صور قوات الشرطة .

- اهتمت صحف الدراسة بنشر الصحف الصحفية بزوايا الكاميرا الأمامية إلي حد كبير ، وإن لم تغفل عن عرض الصور بزوايا الكاميرا من أعلي.

- احتلت المصادر مجهولة المصدر الترتيب الأول بنسبة ٥١.٢% بصحف الدراسة .

٩- دراسة إيمان محمد أحمد (٢٠١٦)

(١٠) التوظيف السياسي لتركيب الصور الفوتوغرافية (الفوتومونتاج) في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها علي الشباب الجامعي المصري

استهدفت الدراسة تحليل التوظيف السياسي

٥٦.٢% في حين أن ٤٣.٨% من المفردات لم يصاحبها أى تعليقات.

١١- دراسة وائل نظمي صلاح الدين (٢٠١٥) (١٢) بعنوان دلالات الصورة الصحفية والنصية حول الأزمة السورية في صحيفتي القدس الفلسطينية وبديعوت أحرنوت الإسرائيلية

وقد سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دلالات الصورة الصحفية " الفوتوغرافية" للأزمة السورية وذلك من خلال دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي " القدس الفلسطينية" وصحيفتي " يديعوت أحرنوت" الإسرائيلية وذلك للتعرف على مضامين الأزمة السورية والصراع الدائر منذ مارس ٢٠١١ وحتى ابريل ٢٠١٤ في فترة دراسة زمنية بين عامي ٢٠١٣ و ٢٠١٤، واعتمد الباحث في دراسته على منهج الوصف التحليلي المقارن، حيث قام بتحليل المضمون الإخباري مستخدماً في ذلك نظرية ترتيب الأولويات ونظرية حارس البوابة.

وقد خلصت الدراسة لعدة نتائج منها :

- أن صحيفة القدس الفلسطينية قد عبرت عن وجهة نظرها حول الأزمة السورية بخطاب يتسم بالحيادية دون تحيز لطرف دون آخر من أطراف الصراع، وتماشت رؤيتها مع سياستها التحريرية المنبثقة عن منظمة التحرير الفلسطينية وحركة فتح المقاومة حول الأزمة السورية.

- تميزت صحيفة يديعوت أحرنوت الإسرائيلية بالتحيز المتطرف لجماعات المعارضة السورية المسلحة، وهذا ما اتضح من خلال السياسات التي اتسمت بها الحكومة الإسرائيلية وأجنداتها حول الأزمة السورية.

- اهتمت صحيفة القدس الفلسطينية بالتركيز على

وقد هدفت الدراسة رصد وتحليل تأثير الصورة في المدونات الإلكترونية من الناحية الفنية والإعلامية، وذلك من خلال إجراء دراسة تحليلية في إطار منهج المسح الإعلامي باستخدام أداة تحليل المضمون على عينة من المدونات الإلكترونية، وتمثلت في المدونات الثلاث الآتية وهي: (إرهابات عن مصر الثورة والدولة - ومدونة بهيه - ومدونة سيد امين* وذلك في الفترة من ٢٠١٢/٧/١ حتى ٢٠١٣/٦/٣٠.

وقد خلصت الدراسة لعدة نتائج منها :

-تتبع الفنون الصحفية في المدونات الإلكترونية حيث احتل الخبر المرتبة الأولى بنسبة ٤٥.٤% في حين جاء المقال في المرتبة الثانية بنسبة قدرها ٣٤.١% مقارنة بالتحقيق الذي احتل المرتبة الثالثة بنسبة قدرها ١٠.٧%.

-احتلت مصادر الصورة الغير محددة المصدر الترتيب الأول بين جملة مصادر الصورة بنسبة ٧٣.٧% في حين جاءت مواقع الانترنت في المرتبة الثانية بنسبة ١٨.٩٥% بينما جاء القارئ في المرتبة الأخيرة بنسبة ٠.٦%.

-تتبع مصادر المعلومات التي يعتمد عليها المدونون حيث احتلت المعلومات مجهولة المصدر المرتبة الأولى بنسبة ٤٥.٢% في حين جاءت المعلومات المستقاة من المسؤولين التنفيذيين في المرتبة الأخيرة بنسبة ٠.٨%.

-جاءت القضايا السياسية في المرتبة الأولى ضمن جملة القضايا التي يثيرها المضمون بنسبة ٥٩.٣% بينما جاءت القضايا الرياضية في المرتبة الأخيرة بنسبة ٠.٨%.

- بلغت جملة المفردات التي صاحبها التعليقات

التوجهات المختلفة.
واعتمدت الباحثة في اختيارها للعينة على منهج المسح الشامل للصحف اليومية وذلك لتغطية الموضوعات المتعلقة بثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ حتى إسقاط النظام وتحتى مبارك عن الحكم وذلك في الفترة من يناير ٢٠١١ حتى يوليو ٢٠١٢.

وقد خلصت الدراسة لعدة نتائج منها :

-احتلت وظيفة تحريك وإثارة الرأي العام المرتبة الأولى من بين وظائف الصورة بنسبة ٣٢.٢%.

-كما جاءت نسبة المشاركة السياسية بنسبة قدرها ٢٩.٦% في نتائج الدراسة.

-بينما جاءت وظيفة الأخبار والإعلام في المرتبة العاشرة بنسبة ١.٩%.

-وقد اعتمدت نتائج الدراسة في كل من صحيفتي الأهرام والمصري اليوم بشكل كبير على المصور الصحفي كمصدر رئيسي للحصول على الصور الصحفية بينما اعتمدت الوفد على المصدر المجهول في التغطية المصورة الخاصة بجريدة الوفد.

١٣- دراسة مصطفى أكرم مصطفى بدر (٢٠١٣) ^(١٤) بعنوان " الصورة الصحفية للنزاع المسلح في سوريا بين صحيفتي العرب القطرية وهاريس الإسرائيلية "

هدفت الدراسة إلى التعرف على مضامين الصور الصحفية المنشورة حول النزاع المسلح الداخلي في سوريا في كل من صحيفة العرب القطرية وهاريس الإسرائيلية، حيث قام الباحث بتحليل المضمون المنشور لتلك الصور في صحيفتي الدراسة وهما العرب القطرية وهاريس الإسرائيلية لمعرفة مضامينها واتجاهاتها ودلالاتها والمقارنة بينهم واستخدام الباحث منهج الوصف

المضمون والصور المصاحبة لقضية اللاجئين الفلسطينيين والسوريين في مخيمات اللجوء من جراء الأزمة السورية ، مع ملاحظة أن الصور المنشورة في الصحيفة كانت تجمع بين الرئيس السوري وبعض المسؤولين السوريين من جهة وبين بعض مسئولين منظمة التحرير الفلسطينية الممثلين عن السلطة الوطنية الفلسطينية من جهة أخرى.

-صحيفة يديعوت أحرنوت الإسرائيلية تحيزت في عرض الصور والمضامين الخاصة بها جانب المعارضة السورية المسلحة وفي نفس الوقت كانت تواصل التحريض على نظام الأسد ولم تتطرق من جانبها إل ى موضوع اللاجئين الفلسطينيين.

- ركزت صحيفة يديعوت أحرنوت في الأزمة السورية على البعد الأمني وذلك لتخوفها الشديد من وجود قوة عسكرية متفوقة عليها في الشرق الأوسط والمنطقة العربية وبالتالي كان تركيزها على ضرورة نزع أسلحة الدمار الشامل من النظام السوري وخاصة السلاح الكيميائي لخطورة ذلك الأمر على أمن إسرائيل.

١٢- دراسة رانيا مراد عبد الرحمن (٢٠١٤) ^(١٣) بعنوان " التوظيف السياسي للصور والرسوم في الصحافة المصرية - دراسة تحليلية على عينة من الصحف المصرية "

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل آليات توظيف الصحف المصرية للصور والرسوم ، وذلك عن طريق رصد ومتابعة القضايا التي تناولتها ، وكذلك الكشف عن الأدوار والوظائف التي تحققها ، وتنتمى هذه الدراسة للدراسات الوصفية التحليلية ، حيث استخدمت الباحثة بها منهج المسح الإعلامي عن طريق مسح المضمون لمجموعة من الصحف المصرية ذات

التحليلي المقارن لتحقيق هذه الغاية.

وقد خلصت الدراسة لعدة نتائج منها :

- اهتمام صحيفة العرب القطرية بشكل أكبر بالنزاع المسلح في سوريا مقارنة بصحيفة هآرتس الإسرائيلية وفق الاتجاهات المختلفة والتناول الكمي في نشر الصور للأحداث ، في حين اهتمت صحيفة هآرتس بالتناول الكيفي حول النزاع في سوريا من حيث نشر الصور الخاصة بالأحداث.

- اهتمت الصحافة القطرية بإظهار المعارضة بشكل لائق وبصورة إيجابية وعدم نشر أي موضوعات من شأنها تغيير تلك الصورة أو تشويهها.

- ركزت الصحافة القطرية بشكل أكبر على نشر صور التظاهرات والاحتشاد المؤيد للمعارضة السورية بنسبة ٣٢% من حجم الصور المنشورة حول الأزمة السورية وذلك للدلالة على تأييد الشعب السوري للمعارضة ولتلك التظاهرات الراضة للحكومة السورية.

- اهتمت صحيفة هآرتس الإسرائيلية بشك أقل في تغطيتها بنشر صور لتظاهرات مؤيدة للمعارضة السورية بنسبة قدرها ١١.٦%.

١٤- دراسة غادة عطية واكد (٢٠١٣) (١٥) بعنوان " استخدام طلبة الجامعات للكاريكاتير على موقع فيس بوك و تأثيره في الوعي السياسي لديهم "

استهدفت الدراسة التعرف على استخدام طلاب الجامعة للكاريكاتير على موقع الفيس بوك في تأثيره في الوعي السياسي لديهم، و تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح، حيث استخدمت صحيفة الاستقصاء طبقت على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠٠ مبحوثاً موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث من طلاب جامعة عين شمس، وجامعة فاروس ممن

تتراوح أعمارهم ما بين (١٨-٢١) عاما كما استخدمت صحيفة تحليل المضمون للكاريكاتير في صفحة (أساحبي، تحذير، رئيس فلول أو تزوير، الشعب هيملى الميادين على الفيس بوك في الفترة من ١-٢٠١٣ / ٢٦-٣-٢٠١٣ م .

وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج أهمها :

-اهتمام صفحات الكاريكاتير في تدعيم الحدث أو القضية كمحور ارتكاز في الكاريكاتير المنشور في الصفحتين محل الدراسة على الفيس بوك.

-توجد علاقة دالة إحصائية بين معدل استخدام طلاب الجامعة للكاريكاتير على الفيس بوك ومستوي الوعي السياسي لديهم وأيضاً بين تفضيل صفحات الكاريكاتير السياسي عبر الفيس بوك ومستوى المعرفة السياسية لدى طلاب الجامعة.

-توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين ممن يستخدمون الكاريكاتير السياسي عبر الفيس بوك على اختلاف متغيراتهم الديموغرافية (النوع، الجامعة، المستوى الاجتماعي الاقتصادي محل الإقامة (في مستوى الوعي السياسي .

١٥- دراسة (Jeremy Kreusch (2012) (١٦) بعنوان " التصوير الصحفي والقومية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على رأى الجمهور في أوقات الحروب في الصور الصحفية المعروضة وكيفية معالجتها للأحداث، كما هدفت الدراسة إلى مقارنة الصورة المعروضة في حرب فيتنام وأفغانستان والعراق ٢٠٠٣ وتأثير هذه المعالجة على الروح المعنوية للجنود في الحرب، وتم استخدام منهج المسح، وقام الباحث بتحليل عينة (٤١ صورة) من الصور التي التقطت في الحروب، تم اختيار عينة من المجالات (مجلة صدمة، مجلة الحياة

-اهتمت صحيفة هيرالدتريبيون الأمريكية بالمنظور الدولي للحرب والتغطية المصورة للدمار الذي أصاب مقر الأمم المتحدة في غزة

- ركزت صحيفتا الأهرام والهيرالدتريبيون بإطار الاهتمامات الانسانية وذلك بالتركيز علي صور الأطفال والنساء الفلسطينيات وتأثير الحرب عليهم .

١٧- دراسة أحمد عادل عبد الفتاح (٢٠١٠) (١٨) بعنوان "التعرض للصورة الصحفية بالمجلات المصرية وعلاقتها بالعملية الإدراكية للشباب"

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين التعرض للصورة الصحفية بمتغيراتها المختلفة وبين جذب انتباه الشباب الجامعي وإدراكهم وتدعيم تذكيرهم للمستوى الصحفي بالمجلات المصرية. وتنتمي هذه الدراسة لفئة الدراسات الوصفية وذلك للتركيز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع محدد أو موقف ما أو جماعة معينة أو فرد بعينه وبتكرارات حدوث الظاهرة المختلفة ، واستخدام الباحث في دراسته على أسلوب المسح ، والمنهج المقارن وكذلك منهج العلاقات المتبادلة.

وقد تمثلت عينة الدراسة التحليلية في المجلات العامة (مجلتي روز اليوسف والمصور) والمجلات المتخصصة (مجلة نصف الدنيا والكواكب).

وقد اعتمد الباحث في دراسته الميدانية على فئة الشباب الجامعي وذلك بواقع ٤٠٠ مفردة من شباب جامعة المنصورة تراوحت أعمارهم من ١٨ إلى ٢٢ عام تم اختيارهم بطريقة عشوائية مع مراعاة خصائص المجتمع الأصلي للدراسة وفق عدة متغيرات تشمل النوع (ذكور - وإناث) والتخصص (علمي - نظري) ومحل الإقامة (الريف - والحضر) وكذلك المستوى الاقتصادي

ووكالات الأنباء مثل وكالة أنباء رويترز ، والأسوشيتد برس .

وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج أهمها :

-أن للصور وظيفة أيولوجية في الحروب لا يمكن إغفالها، فالحرب عن طريق الصور قد يدمر روح الجنود معنويًا، إضافة إلى دورها الكبير في إبراز أحداث العراق وأفغانستان وكشف كذب وادعاءات أمريكا بأن هناك أسلحة لدمار الشامل بالعراق.

-توثيق الصور للحرب على العراق ٢٠٠٣ كان مهمًا في كشف العديد من صور القتل وهو ما جاء مخالفًا لما ذكرته أمريكا بشأن أعداد القتلى.

-اختلاف التقنيات المستخدمة في التصوير في وقت الحروب ما بين حربي العراق وأفغانستان وحرب فيتنام من حيث جودة الكاميرات وسرعة إنتاج الصورة.

١٦- دراسة أسامة عبدالرحيم علي (٢٠١٢) (١٧) بعنوان " دلالة تأطير الصورة الصحفية في التناول الإعلامي للحرب علي غزة عام ٢٠٠٩ دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي الأهرام المصرية وهيرالد تريبيون الأمريكية "

هدفت الدراسة إلي التعرف علي الأطر المصورة للحرب علي غزة ، وذلك من خلال تحليل مضمون ٢٢٣ صورة بصحيفتي الأهرام وهيرالدتريبيون خلال الفترة من ٢٩ ديسمبر ٢٠٠٨، وحتى ١٥ فبراير ٢٠٠٩ والمتصلة بالحرب .

وقد خلصت الدراسة إلي عدة نتائج أهمها :

-تأثرت صحيفة الأهرام بالنظام السياسي المصري وموقفه من الحرب ، حيث جاءت نسبة كبيرة من الصور تدافع عن النظام السياسي وتبرر موقفه من القضايا المتعلقة بالحرب .

- اعتمدت مجلة ماجد على الصورة الفوتوغرافية في المقام الأول ، ويبدو أن هذه محاولة منها لتحويلها إلى الاعتماد على الصورة الفوتوغرافية في موضوعاتها حتى أنها أدخلت باب " ماجد فيلم " ، لقد استخدمت مجلة ماجد الصورة بنوعها الشخصية والموضوعية ولقد تحققت للصورة المنشورة بمجلة ماجد كل عوامل الصورة الصالحة للنشر من وثاقه الصلة بالموضوع والحداثة والحيوية والتلقائية والمعنى والجانب الفني وهذا مثال يحتذى به ولكنها تجنبت استخدام الجانب الإنساني.

١٩- دراسة وليد عبد الفتاح النجار (٢٠٠٩) (٢٠) بعنوان " دوافع تعرض الشباب الجامعي للصور الصحفية بالصحف المصرية والإشاعات المتحققة منها"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع تعرض الشباب الجامعي للصور الصحفية المنشورة في الصحف المصرية والإشاعات المتحققة من ذلك ، وتعد هذه الدراسة من البحوث التي تنتمي إلى الدراسات الوصفية ، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي في هذه الدراسة من خلال صحيفة استقصاء لجمع البيانات من المبحوثين. وذلك بواقع ٤٠٠ مفردة على عينة الدراسة الممثلة من الشباب الجامعي لجامعة المنصورة.

وقد خلصت الدراسة لعدة نتائج أهمها :

-احتلت الصورة الموضوعية المرتبة الأولى من حيث نوع الصور المفضلة لديهم ، تليها بعد ذلك الصور التوضيحية والصور التعبيرية ثم الصور الشخصية. -توصلت الدراسة إلى أنه يفضل وجود التعليقات المصاحبة للصورة في الأسفل ، يليها بعد ذلك التعليقات يمين الصورة ثم التعليقات على يسار الصورة ثم الشرح

الاجتماعي.

وقد خلصت الدراسة لعدة نتائج منها :

-تنوع المصادر المستخدمة في المجالات ما بين مصادر داخلية وخارجية.

-وجود تقسيمات عديدة للصور الصحفية التي تنشر في المجالات منها ما هو متعلق بالشكل الفني وما هو متعلق بالمضمون وتقسيمات أخرى تتعلق بالمادة المجاوبة ومنها ما يرتبط بالخصائص الطباعية للصورة وأيضا منها ما هو متعلق بالهدف من نشر الصورة.

-ندرة استخدام الصورة الخطية والتركيز على بعض الرسوم وإغفال الأنواع الأخرى.

١٨-دراسة هالة سعيد هلال (٢٠١٠) (١٩) بعنوان "الصورة الصحفية وبعض تطبيقاتها في عينة من مجلات الأطفال"

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدي تطبيق أسس إخراج الصورة الصحفية في عينة من مجلات الأطفال وذلك من خلال التطبيق على مجلتي سمير وماجد ، وتحدد عينة الدراسة في مجموعتين هما: الأولى : مجموعة من أعداد مجلتي سمير لعامي ١٩٩٣ و ٢٠٠٨. وعند استخدام الطباعة الملساء. الثانية : مجموعة من أعداد مجلتي سمير ، وماجد عام ٢٠٠٨ وقد اعتمدت الدراسة على التكامل المنهجي بين منهجي المسح الإعلامي والمنهج المقارن

وقد خلصت الدراسة لعدة نتائج منها :

-استخدمت مجلة سمير الصورة الفوتوغرافية بنوعها وان كانت الصورة الموضوعية فيها أكثر وذلك لعدم اهتمامها بالنشر الدائم لصور الأصدقاء .

- لم تحظ التأثيرات الخاصة بالصورة بنصيب وافر فنجد المزج بين الصورة والفن اليدوي قد جاء في المرتبة الأولى.

على جزء من الصورة نفسها.

- وأن أهم المضامين الصحفية " المصورة" هو المضمون الرياضي ثم جاءت بعد ذلك المضامين السياسية والدينية والفنية والحوادث والاقتصادية.

- أوضحت الدراسة أن وسائل الجذب للصحف المصرية جاء في مقدمتها المضمون بنسبة قدرها ٢٦%، يليها بعد ذلك الصور والرسوم بنسبة ٢١.١%، ثم جاء شكل الصحيفة بنسبة ١٩.٢%، والعناوين بنسبة ١٤.٥%، يليها الألوان بنسبة ٩.١٨% من إجمالي عينة الدراسة.

٢٠- دراسة محمد عثمان حسن (٢٠٠٦) (٢١) بعنوان تقويم استخدام الصورة الصحفية في تغطية الغزو الأمريكي البريطاني للعراق - دراسة تحليلية مقارنة لعينة من المجلات المصرية والأمريكية

هدفت الدراسة إلى تحليل موضوعات الصورة الصحفية لعينة من المجلات المصرية والأمريكية، وشملت العينة المصرية على مجلتي (الأهرام العربي - آخر ساعة) والعينة الأمريكية على مجلتي (التايمز - times والنيلوزويك Newsweek) كما هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الصحف الأمريكية من حيث موقعها الجغرافي وأنواعها ومصادرها المختلفة وذلك باستخدام منهج المسح والأسلوب المقارن بالإضافة إلى أداة تحليل المضمون وذلك لإجراء تحليل على محتوى الصورة المنشورة في المجلات المصرية والأمريكية عينة الدراسة.

وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها :

- أن المجلات الأمريكية ركزت في تغطيتها على استخدام الموضوعات الصحفية المصورة التي تخدم مصالح وأهداف السياسات الأمريكية كإحدى المبررات

الحرب في العراق.

- أن المجلات المصرية ركزت على بعض موضوعات الصورة الصحفية التي تدين بشكل واضح الغزو الأمريكي والبريطاني على العراق.

- تعدد التكنيكيات الإعلامية التي استخدمت الصور الصحفية في دعمها وفقاً لاختلافات الوضع العسكري. -ارتفاع نسبة الصور مجهولة في مجلتي الأهرام العربي وآخر ساعة المصرية.

-تعدد أنواع الصور الصحفية المنشورة في مجلتي التايم والنيلوزويك الأمريكية.

٢١- دراسة إليوت باركر Elliott Parker (٢٠٠٦) (٢٢) بعنوان " مقارنة للصورة الفوتوغرافية في الصحف الكورية والأمريكية"

هدفت الدراسة إلى المقارنة بين الصور المنشورة في الصحف الأمريكية والكورية، واعتمد الباحث على عينة تحليلية لمجموعة من الصحف الأمريكية تتمثل في " نيويورك تايمز، واشنطن بوست، ولوس انجلوس تايمز، و شيكاغو تريبتون، و دالاس مورنينج، ونيوز (ومجموعة من الصحف الكورية (تشوش إلبو، و جون جانج إلبو، و دونجا إلبو، و هانكير، و بوسان إلبو)، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التفسيري، وأيضاً تم استخدام أداة تحليل المضمون ل ٦٢٨ صورة بواقع ٢٧٤ صورة نشرت في صحف أمريكية و ٣٥٤ صورة نشرت في صحف كورية.

وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها :

- أثبتت الدراسة صحة الفروض وأشارت الدراسة إلى وجود اختلافات بين الصحف الكورية والأمريكية في الصورة وعدد الموضوعات التي تناولتها الصور ونوعية المعالجة بين تلك الموضوعات.

بعنوان " التغطية التصويرية لأحداث الغزو الأنجلو أمريكي للعراق في صحيفتي الأهرام المصرية وأخبار الخليج البحرينية": دراسة تحليلية مقارنة في الشكل والمضمون."

هدفت الدراسة التعرف على التغطية المصورة لأحداث الغزو الأنجلو أمريكي للعراق في صحف الدراسة (الأهرام المصرية والخليج البحرينية) واعتمدت على عينة زمنية من ٢٠ مارس حتى إبريل ٢٠٠٣، وتعد من الدراسات الوصفية وكذا استخدم الباحث منهج المسح والأسلوب المقارن، وقد اعتمد على أداة تحليل المضمون لصحف الدراسة، حيث حلل الباحث ١٣٢٤ صورة صحفية.

وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- أن أكثر الصور التي وردت في الصحف عينة الدراسة كانت صوراً موضوعية.

- أكثر من نصف إجمالي الصور مصدرها وكالات أنباء عالمية، كما أن أكثر من ثلث الصور التي نشرت تتراوح مساحتها ما بين عمودين وحتى ثلاثة أعمدة.

- لوحظ انحياز للجانب العراقي الأخبار التي نشرتها صحيفة الخليج البحرينية وأكثر معارضة للعدوان من صحيفة الأهرام المصرية التي اتخذت موقف الحياد بين الجانب العراقي ودول العدوان.

٢٤-دراسة Cyntha King and Paul Martin) Lester (٢٠٠٥) بعنوان " التغطية الصحفية

المصورة لحرب الخليج والعراق في ثلاثة صحف أمريكية ."

هدفت الدراسة إلى تحليل محتوى الصور المنشورة عن أحداث حرب الخليج ١٩٩١ والعراق ٢٠٠٣، وتم تحليل قضايا أسبوع كامل من كل صحيفة من الصحف الثلاثة هي- (Chicago Tribune- The Los Angeles Times-

بسبب اختلاف ثقافة المجتمعين فقد انعكس ذلك في اعتماد المصورين على الحالة العامة للمجتمع ومناقشة قضايا الفرد في سياق المجتمع.

٢٢-دراسة أميرة أحمد سليمان أحمد (٢٠٠٦) (٢٣) بعنوان " الصورة الصحفية لانتفاضة الأقصى في الصحف المصرية: دراسة تحليلية في الصحف المصرية من ٢٠٠٠ إلى ٢٠٠٤"

هدفت الدراسة إلى الكشف والتعرف على مواقف الصحافة المصرية تجاه انتفاضة الأقصى من خلال الصور الصحفية ومعرفة مدى اهتمامها بالانتفاضة من خلال معرفة نوعية الصور الصحفية عن الانتفاضة ونوعية المضامين المصاحبة لها وشكل المعالجة التيبوغرافية للصور ووسائل إبراز الصور المستخدمة، واعتمدت الباحثة على أسلوب الحصر الشامل لجميع أعداد الصحيفة المصرية الأسبوعية في الفترة ما بين ٢٨ سبتمبر سنة ٢٠٠٠ إلى ٢٧ سبتمبر سنة ٢٠٠٤، وذلك لاعتبارات أشارت لها الباحثة خلال دراستها واختارت من الصحف أخبار اليوم والأهالي والأسبوع.

وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- هناك زيادة اهتمام بالصورة الصحفية عن انتفاضة الأقصى في العام الأول والثاني للانتفاضة.

- اختلاف توظيف الصور في الصحف عينة الدراسة تبعاً لاختلاف توجهات كل صحيفة.

-تنوع الموضوعات التي تناولتها الصور الصحفية المنشورة عن الانتفاضة حيث وظفت بكل عناصرها المرئية في إبراز العنف الإسرائيلي .

-استخدام الصحف الثلاث العناصر التيبوغرافية لجذب انتباه القراء لكلام الصورة في بداية الكلام في الأسبوع.

٢٣-دراسة سعيد محمد غريب النجار (٢٠٠٥) (٢٤)

- المصري اليوم) قد أولت اهتماما كبيرا لأحداث الثورة ، وبدا ذلك واضحا من خلال حجم التغطية المصورة ، حيث وظفت هذه التغطية العناصر التكوينية للصورة الصحفية لنقل دلالات ومعان محددة للقراء ، كما وظفتها كل صحيفة بما يتناسب مع أهدافها وتوجهاتها وسياستها التحريرية بما يخدم رؤيتها لأحداث الثورة ، كما تباينت صف الدراسة في توظيفها للأطر المصورة .

و دراسة نرمين نصر (٢٠١٧) (٢٧) التي هدفت التعرف علي أطر تقديم العلاقات المصرية الأفريقية بعد ثورة ٣٠ يونيو واتجاهات الجمهور نحوها ، وتوصلت في نتائجها أن الإبراز احتل الترتيب الأول لآليات التأطير بنسبة ٥٨.٢ % ، ثم التكرار في الترتيب الثاني بنسبة ٣٠.٣ % ، ثم الاستبعاد في الترتيب الثالث بنسبة ٦.٠ % ، ثم الاثارة في الترتيب الرابع بنسبة ٢٠.٤ % ، ودراسة سكوت آر ماير Scott R. Maier (٢٠١٥) (٢٨) والتي توصلت إلي تأثير المضمون الصحفى على الجمهور : تحليل طرق إستجابة الجمهور للمضمون الصحفى ، والتي تسعى إلى تحديد أفضل الوسائل لقياس إستجابات القراء نحو الموضوعات التي تقدمها الصحف ، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن النتائج الإحصائية والأرقام الصماء لا توفر دليلاً قوياً على مدى إستجابة وتأثر الجمهور بالمضمون الصحفى وبالتالي فقد استخدم الباحث مبادئ علم النفس الإجتماعى فى تحليل التعليقات والإعجابات على مواقع التواصل الإجتماعى مثل فيس بوك وجوجل بلس وغيرها من الروابط بإعتبار أن هذه التعليقات هى الأكثر قدرة على معرفة مدى إستجابة القارئ وتأثره بالمضمون الصحفى من عدمه. ودراسة

(Newyork Times) وقد تم اختيار كل القضايا التي نشرت بصحف الدراسة في الفترة من ٢٥ فبراير حتى ٣ مارس ١٩٩١ ، ووقع الاختيار في حرب العراق على كل القضايا التي نشرت في الفترة من ٢١ مارس حتى ٢٧ مارس ٢٠٠٣ ، وقد اختار الباحثان هاتين الفترتين لأنهما تمثلان فترة الحرب الأرضية في كل من الحريين.

وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها :

-أن هناك تزييدا في استخدام الصور في حرب الخليج الثالثة ٢٠٠٣ مقارنة بحرب الخليج الثانية حيث تم نشر ٣١٧ صورة في حرب بالخليج مقارنة ب ٧٠٦ صورة في حرب العراق ٢٠٠٣ .

-هناك تغير ملحوظ فى مضمون الصور المنشورة فى الحريين ، وتزايد فى الصور التي تجسد الصراع العسكري فى الحرب ضد العراق ٢٠٠٣ مقارنة بحرب الخليج ١٩٩١ .

المحور الثانى : دراسات تناولت تأثير تأطير المضمون الإعلامى على اتجاهات وسلوكيات الجمهور نحو القضايا المختلفة :

يشمل هذا المحور العديد من الدراسات السابقة التي تناولت تأثير تأطير المضامين الإعلامية على اتجاهات وسلوكيات الجمهور نحو هذه المضامين؛ حيث اهتمت هذه الدراسات بتحديد عناصر الإبراز التي يركز عليها القائم بالاتصال فى عرض الرسالة الإعلامية وكذلك الجوانب التي يغفلها عند تقديم المضمون للجمهور .

ومن هذه الدراسات : دراسة أميرة عز (٢٠١٨) (٢٦) عن أطر التغطية المصورة لأحداث ثورة ٢٥ يناير في الصحف المصرية ، وتوصلت الدراسة إلى أن صفح الدراسة ومواقعها الإلكترونية (الأهرام - الوفد

الأمنية والجناائية والقانونية والخسائر والنتائج جاءت في مقدمة الأطر التي وظفتها صحف الدراسة. كما وظفت صحف الدراسة العديد من الآليات وذلك لتدعيم الأطر الإعلامية والتي قدمت من خلالها لأحداث الانفلات الأمني مثل عناوين المواد الإخبارية ومقدمات وخواتيم التقارير والقصص الإخبارية، وكذلك توظيف آلية الإحصاءات والأرقام.

كما توصلت دراسة خالد خربوش (٢٠١٢) (٣٤) والتي أجراها عن الأطر الخبرية للإعلام الأمني في الصحافة المصرية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو القضايا القومية إلى أن الأطر السياسية متمثلة في الانتخابات والإقتصادية المتمثلة في الضرائب والإجتماعية المتمثلة في المخدرات كأثر الأطر وروداً في العينة. كما أن الفروق الفردية في السن والتعليم والمستوى الإقتصادي تؤثر بشكل كبير على التأثير بالإطار المصاغ فيه الخبر.

واستهدفت دراسة حنان كامل حفني (٢٠١١) (٣٥) التعرف علي الأطر الإعلامية التي تبنتها المواقع الصحفية العربية في عرضها لقضايا حقوق الانسان وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحوها، وتوصلت نتائجها إلي أنه قد جاء احتل الإطار السياسي الترتيب الأول بالنسبة للأطر العامة في معالجة قضايا حقوق الإنسان، فيما احتل إطار الاهتمامات الإنسانية الترتيب الأول بالنسبة للأطر المحددة.

كما توصلت دراسة صباح عبده هادي الخشيني (٢٠١٠) (٣٦) عن العلاقة بين الأطر التي قدمتها المادة الإخبارية في الصحف اليمنية حول أحداث الإستعداد للإنتخابات البرلمانية ٢٠٠٩ وأحداث الحراك الجنوبي وإتجاهات الشباب الجامعي نحوها إلى تباين

سحر أحمد غريب (٢٠١٤) (٣٩) عن علاقة التحول في الدور السياسي بأساليب تأطير جماعة الإخوان المسلمين والسلفيين في الصحف الإلكترونية المصرية، والتي توصلت إلي أن القوي الفاعلة هي الأكثر تكرارا في الخطاب الصحفي الخاص بجماعة الإخوان المسلمين والسلفيين علي مدار فترة الدراسة وتنوعت ماهية هذه القوي وفقا لطبيعة ومتغيرات كل مرحلة، ودراسة عاطف سعد (٢٠١٤) (٣٠) عن أطر معالجة قضايا المجتمعات المحلية في الصحافة الإقليمية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها، واثبتت في نتائجها تقارب صحف الدراسة في استخدام الأطر الإعلامية وإن اختلف من صحيفة إلي أخرى. أما دراسة منة الله ايهاب (٢٠١٤) (٣١) فقد استهدفت رصد وتفسير أطر تقديم الفاعلين السياسيين في تغطية الصحف الخاصة للأحداث والشؤون الدولية وتوصلت إلي اختلاف صحف الدراسة (المصري اليوم - الشروق - التحرير) في تقديم أدوار الفاعلين السياسيين.

كما استهدفت دراسة ميادة محمد صادق (٢٠١٣) (٣٢) التعرف علي علاقة الأطر الصحفية بصحف (الأهرام - الوفد - المصري اليوم) لقضايا حقوق الإنسان المدنية والسياسية باتجاهات الجمهور نحو أداء المنظمات الحقوقية، وقد كشفت نتائج الدراسة عن وجود اختلاف بين الأطر الخبرية التي تبنتها كل صحيفة تبعا لملكيتها وتوجهها السياسي.

كما رصدت دراسة ماجدة عبدالمرضي محمد سليمان (٢٠١٣) (٣٣) أطر التغطية الإخبارية لأحداث الانفلات الأمني في الصحف اليومية في الفترة من ٢٨ يناير حتي ١٥ يونيو ٢٠١١، وتوصلت نتائجها إلي الأطر

والغزو الأمريكي للعراق. وقد خلصت الدراسة إلى أن الصور يتم توظيفها في "الإطار الرسمي"؛ إذ تصاحب بصورة مستمرة المعلومات التي ترد على لسان مسئولين رسميين عند تغطية تطورات الأحداث القتالية.

وقد أثبتت دراسة Paul D'Angelo (٢٠٠٢) (٤٠) عند تناولها علاقة الصفوة بوسائل الإعلام وأطر مضامينها وبشرائح المجتمع الأخرى أن الأطر الصحفية صورت الصحافة وممارسيها وفق ثلاثة أنواع: أولها إطار كونهم قناة معلومات للناخبين، وثانيها إطار استراتيجي باعتبار الصحفيين فاعلين على المسرح السياسي وأن سلوكياتهم خلال تأديتهم لمهام وظائفهم قد تكون مهمة أو تطفلية، وثالثها إطار مسئولية تفسير الأحداث.

التعقيب على الدراسات السابقة

- علي الرغم من تبني الباحثون في العالم الغربي لمدخل تحليل الأطر المصورة، إلا أن هذا الاتجاه من الدراسات لا زال حديثاً في الدراسات العربية .

- هناك دراسات ركزت علي أن عنصر الفيديو والصوت له تأثير كبير في تذكر المضمون الاخباري ولكن باتحاده مع عناصر التصميم الأخرى مثل النص والصورة بينما يقل تأثيره أو ينعدم في حالة أن يكون مصاحباً لملفات الفلاش. ومن هذه الدراسات دراسة الشيماء أبو الخير ٢٠١٨ ودراسة نجاح علي حسن ٢٠١٦ ودراسة إيمان محمد أحمد (٢٠١٦)، والتي أوضحت الجوانب التقنية في الصورة الرقمية على مواقع شبكات التواصل وبيان أثرها على فهم المستخدم للحدث، وما تعكسه من دلالات. وتفسير تأثير الصورة على تذكر المستخدم للأحداث المختلفة، من خلال عرض العوامل المحيطة بعملية تعرضه للصورة على الفيس بوك والجوانب المختلفة والخلفيات المعرفية لدى المستخدم .

الاتجاهات السياسية للصحف اليمينية أدى بدوره إلى إفراز أطر إعلامية مختلفة في تناولها الإخباري للأحداث السياسية الداخلية وكذلك مدى اهتمام المبحوثين بتبني هذه الأطر، كما تباينت أطر تقديم الأحداث السياسية وفقاً لملكية الصحف وسياساتها التحريرية، وتوجهاتها السياسية، كما تم استخدام إطار الصراع بشكل محدود .

وقد رصدت دراسة غادة شكري محمود (٢٠٠٧) (٣٧) أطر المعالجة الصحفية لقضية العلاقات العربية الأمريكية قبل وبعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر داخل صحف: الأهرام الدولي، والشرق الأوسط، والحياة.

وقد توصلت إلى أن هناك أطراً معينة سيطرت على معالجة صحف الدراسة لقضية العلاقات العربية الأمريكية، مثل: إطار التحيز لإسرائيل، وإطار السياسة الأمريكية غير المتوازنة تجاه الدول العربية.

وهدف دراسة لورا أريان وآخرون (٢٠٠٦) (٣٨) إلى التعرف على الأطر الإخبارية المتناغمة التي تصور الاحتجاجات الاجتماعية، وذلك لمعرفة تأثيرات الاتجاهات المسبقة تجاه الاحتجاجات والمحتجين بشكل عام، ونوع الصور المصاحبة للقصة الإخبارية، وأشارت نتائجها إلى ضرورة معالجة الاختلافات المحتملة التي ترتبط بالصورة بمفردها، كما توصلت إلى أن الأطر المصورة التي تلتزم بنموذج الاحتجاج يمكن أن يؤثر سلباً على صورة جماعات الاحتجاج .

وقام "جرiffin" (Griffin) (٢٠٠٤) (٣٩) بتحليل الطريقة التي تم من خلالها توظيف الصور في بناء الأطر من خلال تحليل المعالجة التي قدمتها عينة من المجلات الإخبارية الأمريكية للحرب على أفغانستان

- ركزت بعض الدراسات وخاصة العربية بشكل كبير على الصورة المطبوعة والصور الصحفية ودوافع تعرض الجمهور لها والإشاعات المتحققة منها ومن هذه الدراسات : دراسة أحمد عادل عبدالفتاح (٢٠١٠) ودراسة هالة سعيد هلال (٢٠١٠) ودراسة وليد عبدالفتاح النجار (٢٠٠٩)
- ركزت بعض الدراسات علي أهمية الصورة كمصدر للمعلومات، في مجال العمل الصحفي، من حيث تعريفها، وخصائصها، ووظائفها، وأنواعها، ومصادر الحصول عليها، ومحاولة وضع مواصفات لنظام معياري لاسترجاع الصور الصحفية في البيئة المعرفية ومن هذه الدراسات : دراسة أحمد أحمد عبدالوهاب (٢٠٠٩) ودراسة محمد عثمان حسن ٢٠٠٦ .
- جاءت صحيفة الاستبيان كأحد أهم الأدوات المستخدمة في الدراسات العربية لسؤال المبحوثين بينما اعتمدت أغلب الدراسات الأجنبية على المقابلة المباشرة، والاستبيانات الإلكترونية للتواصل مع مبحوثين في أماكن متباعدة، بينما استخدمت أغلب الدراسات العربية والأجنبية تحليل المضمون الكمي والكيفي للصور .
- اهتمت غالبية الدراسات عينة الدراسة بدراسة الأطر المصورة كوحدة رئيسية للتحليل (أي تحليل الصورة فقط) ثم جاءت الدراسات التي اهتمت بتحليل الصورة والنص في الترتيب الثاني .
- أهداف الدراسة**
- ١-أهداف الدراسة التحليلية**
- تهدف الدراسة التحليلية إلى:
- كشف حجم اهتمام صفحتي مرشحي الرئاسة في مصر - عينة الدراسة التحليلية - بالتغطية
- الصحفية المصورة لأحداث الانتخابات الرئاسية في مصر ٢٠١٨ .
- التعرف علي الأفكار الرئيسية التي دارت حولها التغطية المصورة للانتخابات الرئاسية في مصر ٢٠١٨ بصفتي المرشحين عينة الدراسة .
- رصد الأطر المصورة التي وظفتها صفحتا المرشحين بالفيس بوك - عينة الدراسة - في تغطيتها المصورة لأحداث الانتخابات الرئاسية في مصر ٢٠١٨ ودلالاتها التي سعت إلي تأكيدها
- رصد استراتيجيات الأطر المصورة التي وظفتها صفحتا المرشحين للانتخابات الرئاسية في مصر ٢٠١٨
- الكشف عن دلالات الاتجاه للأطر المصورة للانتخابات الرئاسية بصفتي مرشحي الرئاسة ٢٠١٨ .
- ب- أهداف الدراسة الميدانية**
- تهدف الدراسة الميدانية في : التعرف علي مدى اهتمام الجمهور بالتغطية المصورة بصفتي مرشحي الرئاسة المصرية ٢٠١٨
- و يندرج تحت هذا الهدف الرئيسي للدراسة الميدانية عدة أهداف فرعية منها :
- ١- التعرف علي معدل استخدام المبحوثين لصفحتي مرشحي الرئاسة للانتخابات المصرية ٢٠١٨ .
- ٢- رصد مساهمات الصورة بصفتي الدراسة على تفاعل الشباب بأحداث العملية الانتخابية للرئاسة المصرية ٢٠١٨ .

عن طريق أطر إعلامية مناسبة تضيء على المضمون
معنى ومغزى^(٤٣)

ويعده Entman أحد أبرز باحثي التأطير، فقد قدم
مفهوماً للتأطير خلال تقييمه ومرجعياته لإسهامات
الباحثين السابقين في هذا المجال، فهو يرى أن هذا
المفهوم يتضمن " بصفة جوهرية كل من الانتقاء والبروز،
فالإطار يعني انتقاء بعض جوانب الواقع وجعلها أكثر
بروزاً في النص الصحفي من خلال أسلوب معين يهدف
إلى تعريف وتحديد مشكلة ما وتقديم التفسير اللازم
لأسبابها وتقييمها وتقديم حلول لها^(٤٤) .

وقد طبق "Miller and Richert" (١٩٩٤) أساليب
كمية يمكن من خلالها استخلاص الأطر في المحتوى
الإخباري لوسائل الإعلام، كما قام
"Richert" (١٩٩٦) بتطوير دليل استخلاص الأطر
بوصفه أسلوباً كمياً لتحليل المحتوى الظاهر، فضلاً عن
المحتوى الضمني في الرسائل الإعلامية، وذلك يهدف
الوقوف على الأطر السائدة في تغطية وسائل الإعلام
للقضايا العامة^(٤٥) .

ويشير "Taylor" إلي التأطير بأنه العملية التي يمكن
من خلالها للأفراد والجماعات تحديد وتفسير المشكلات
الاجتماعية والسياسية والتعبير عنها، ومن ذلك يتضح
أن السمة الأساسية لعملية التأطير هي التشخيص وذلك
بتعريف المشكلات وتحديد المسؤولية تجاهها وأسبابها،
والميزة التي تحسب لهذا المفهوم إشارته للتأطير كعملية
تفاعلية^(٤٦) .

وتتسم الأطر بالثبات النسبي عبر الزمن، فالأطر
الإعلامية تطرح ميولاً واتجاهات لها خاصية مقاومة
التغيير، ومن ثم فالأطر التي تتغير عبر الوقت تعد

٣- التعرف علي تأثير العوامل الديمغرافية علي
اتجاهات الشباب نحو صفحتي مرشحي
الدراسة .

٤- التعرف علي تأثير الصورة بصفتي المرشحين علي
فهم الشباب عينة الدراسة لمجريات الأحداث
الانتخابية .

الإطار النظري للدراسة : نظرية الأطر الإخبارية (مدخل الأطر المصورة)

تم استخدام المصطلح لأول مرة في أدبيات
العلوم الاجتماعية ضمن كتابات عالم الاجتماع
الأمريكي "Batson" عام ١٩٥٥، ومنذ عام
١٩٦٠ بدأت أبحاث تحليل الأطر تتطور لفهم
كيفية تأثير وسائل الإعلام في المجتمع^(٤١)

ويتفق باحثو وخبراء الدراسات الإعلامية على أن
مفهوم التأطير تنحدر أصوله النظرية من رافدي الدراسات
الاجتماعية والنفسية وهو ما أشار إليه كل من Iyengar &
Simon بقولهما " أن مفهوم التأطير تتحدد أسسه في
مجال علمي النفس والاجتماع، فينظر إليه علماء
الاجتماع أمثال Bateson ١٩٧٢ و Goffman ١٩٧٤ م
باعتباره تركيزاً على أحداث ورموز وصور نمطية معينة
داخل النص الصحفي ويراه علماء النفس تغيرات في
الأحكام^(٤٢) .

ويرجع الفضل لاستخدام تحليل الأطر بوصفه أداة
يتم توظيفها لتصنيف وتنظيم الخبرات المختلفة إلي
"Goffman" (١٩٧٤) مؤلف كتاب " تحليل
الأطر " Framing Analysis"، حيث طور مفهوم البناء
الاجتماعي والتفاعل الرمزي من خلال مناقشته لقدره
الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات يحرك مداركهم
ويحتهم علي حسن استخدام خبراتهم الشخصية وذلك

والمؤيد، والمعارض، وتتضاعف هذه الأهمية في حالة الموضوعات الجدلية التي تقدمها صفحات الفيس بأكثر من طريقة، وهذا يكون أوضح عند دراسة الصفحات الرئيسية لمرشحي الرئاسة المصرية. ومن المحتمل أن تؤثر على كيفية إدراك العامة لهذه القضية بل وكيفية تفكيرهم وتقييمهم لأداء الفاعلين فيها.

- يعد موضوع الإطار بديلاً هاماً عن القاعدة الإعلامية القديمة بشأن موضوعية الأخبار، فيقدم تفسيرات منطقية ملائمة لاختلافات بين القصص الإخبارية في تغطية الحدث الواحد، وهناك خمسة عوامل يمكن من خلالها تحديد الأطر الإخبارية المصورة التي تقدمها وسائل الإعلام عند تغطية الأحداث المختلفة وهي: درجة الاستقلال السياسي لوسائل الإعلام، مصادر الصور المنشورة، المعالجات التي ادخلت على الصورة، الأيدولوجية السياسية والثقافية للصحفيين، الأحداث ذاتها.

- تعمل الأطر على إعطاء معلومات حول الجدل المثار حول قضية من القضايا، وتجعل الأطر المصورة الأفكار أكثر بروزاً عن طريق تكرار بعض الرسائل والأفكار المصورة دون غيرها، كما أن الأطر المصورة تؤثر على تبني الجمهور وفهمه للقضايا المثارة، فهي ذات أهمية خاصة لفهم العلاقة بين وسائل الإعلام وقضايا المجتمع التي تتناولها

الدراسة الاستطلاعية

تم إجراء دراسة استطلاعية على نسبة ١٠% من مجموع عينة البحث والبالغة ١٨٠ مفردة، فكانت ١٨ مفردة ممثلة لمختلف شرائح البحث، حيث تم تقسيمها حسب النوع والسن ومحل الإقامة

ذات أهمية نسبية أقل من تلك التي تتسم بالثبات النسبي، والتي تستحق بدورها الدراسة والتحليل (٤٧).

وتبدو قوة الأطر أيضاً في مدي قدرتها على هدم أو بناء عالم أي نص إعلامي من خلال مفردات ومصطلحات متناقضة وهو ما يمكن تسميته (بثنائية التأطير)، حيث تعرف الشيء عبر علاقته بنقيضه مثل: الأبطال/الأوغاد، الخير/الشر، العطف/القسوة..... (٤٨).

مفهوم الأطر المصورة

ويمكن وصف الأطر المصورة باعتبارها عملية تركز على أنماط تفسير محددة، مما يجعلها بارزة، وبالتالي فإن الأطر المصورة تعمل أيضاً من خلال تفعيل الهياكل أو الأبنية المعرفية والتي تشكل فيها المعلومات المرئية حافزاً رئيسياً للصورة، وينشط الملائم منها المخططات المعرفية في أذهان المتلقين.

وتعد الأطر المصورة بعداً أساسياً للمفهوم الواسع للأطر، فمداخل الأطر النصية لا يمكن أن تسبغ العناصر البصرية دون أن تفقد القدرة التفسيرية.

أسباب اختيار نظرية الأطر كإطار نظري لهذه الدراسة

تعتمد الدراسة على نظرية الأطر الإخبارية كأساس نظري لها "ومدخل تأطير الصورة بشكل خاص" انطلاقاً من أن للأطر المصورة دلالتها والتي تم تقديمها من خلال صفحتي مرشحي الرئاسة المصرية، وذلك لما يلي:

- تعد دراسة الأطر أمر غاية في الأهمية، حيث يتم تقديم موضوع أو حدث واحد بعدة طرق متباينة تقع على درجات متفاوتة من ثنائيات الإيجابي، والسلبي،

جدول (٢) يوضح أكثر صفحات الفيس بوك متابعة للتغطية المصورة للانتخابات الرئاسية من جمهور

العينة الاستطلاعية

سمح للمبحوث باختيار أكثر من بديل (ن = ١٨)

ك	%	أكثر صفحات الفيس بوك متابعة للتغطية المصورة
١٢	٦٦.٧	- صفحتا الحملة الرسمية لمرشحي الرئاسة
١١	٦١.١	- صفحات الصحف الخاصة
١٠	٥٥.٦	- صفحات الصحف القومية
٩	٥٠.٠	- صفحات الصحف الحزبية
٥	٢٧.٨	- صفحات المسؤولين السياسيين
٣	١٦.٧	- صفحات الاصدقاء علي صفحتك الشخصية

من تحليل بيانات الجدول رقم (٢) يتضح ما يلي:

احتلت صفحتا الحملة الرسمية لمرشحي الرئاسة الترتيب الأول بالنسبة لتفضيل عينة الدراسة الاستطلاعية في متابعة التغطية المصورة للانتخابات الرئاسية المصرية بنسبة ٦٦.٧ % ، ثم احتلت صفحات الصحف الخاصة بالفيس بوك الترتيب الثاني بنسبة ٦١.١ % ، ثم صفحات الصحف القومية بالفيس بوك الترتيب الثالث بنسبة ٥٥.٦ % ، ثم صفحات الصحف الحزبية بالفيس بوك الترتيب الرابع بنسبة ٥٠.٠ % ، ثم صفحات المسؤولين السياسيين الترتيب الخامس بنسبة ٢٧.٨ % ، ثم صفحات الأصدقاء علي صفحتك الشخصية الترتيب السادس بنسبة ١٦.٧ % .

لاستطلاع أهمية الموضوع ، وكانت النتائج كالاتي :

السؤال الأول : أي الوسائل الإعلامية الآتية تفضلها في متابعة قضية الانتخابات الرئاسية في مصر ٢٠١٨ ؟

جدول (١) يوضح أهم الوسائل الإعلامية في أحداث الانتخابات الرئاسية في مصر ٢٠١٨

سمح للمبحوث باختيار أكثر من بديل (ن = ١٨)

ك	%	أهم الوسائل الإعلامية في متابعة أحداث الانتخابات الرئاسية
١٤	٧٧.٨	- شبكات التواصل الاجتماعي
١٢	٦٦.٧	- مواقع الصحف الالكترونية
١٠	٥٥.٦	- التلفزيون
٨	٤٤.٤	- الصحف المطبوعة
٤	٢٢.٢	- الراديو

من تحليل بيانات الجدول رقم (١) يتضح ما يلي:

احتلت شبكات التواصل الاجتماعي الترتيب الأول بالنسبة لتفضيل عينة الدراسة الاستطلاعية في متابعة قضية انتخابات الرئاسة المصرية بنسبة ٧٧.٨ % ، ثم احتلت مواقع الصحف الإلكترونية الترتيب الثاني بنسبة ٦٦.٧ % ، ثم التلفزيون الترتيب الثالث بنسبة ٥٥.٦ % ، ثم الصحف المطبوعة الترتيب الرابع بنسبة ٤٤.٤ % ، وأخيرا جاء الراديو في الترتيب الخامس بنسبة ٢٢.٢ % .

السؤال الثاني : ما أكثر التغطية المصورة بصفحات الفيس بوك متابعة لأحداث الانتخابات الرئاسية في مصر ٢٠١٨ ؟

١- ما نوع الصور من حيث (الموضوع - الخصائص الطباعية - تبعيتها للحدث) بصفتي حملتي مرشحي الرئاسة ؟.

٢- ما كم المعالجات التي أجريت علي الصور بصفتي حملتي مرشحي الرئاسة ؟.

٣- ما ما حجم التعليقات المصاحبة للصور بصفتي حملتي مرشحي الرئاسة ؟

٤- ما الهدف من نشر الصور بصفتي حملتي مرشحي الرئاسة ؟

٥- ما نوع الاستمالات الموجودة في الصور بصفتي حملتي مرشحي الرئاسة ؟

٦- ما أهم الفيديوهات بصفتي حملتي مرشحي الرئاسة ؟

٧- ما نوع الأطر المصورة بصفتي حملتي مرشحي الرئاسة ؟

٨- ما اتجاه الأطر المصورة بصفتي حملتي مرشحي الرئاسة ؟

٩- ما اتجاه الأطر المصورة بصفتي حملتي مرشحي الرئاسة ؟

١٠- ما استراتيجيات الأطر المصورة بصفتي حملتي مرشحي الرئاسة ؟

٢- تساؤلات الدراسة الميدانية

١- ما كثافة استخدام الشباب لصفحتي مرشحي الرئاسة المصرية ٢٠١٨ بالفيس بوك؟

٢- ما دوافع استخدام الشباب عينة الدراسة لصفحتي مرشحي الرئاسة المصرية ٢٠١٨ ؟

٣- ما مدى ثقة الشباب عينة الدراسة في صفحتي مرشحي الرئاسة المصرية ٢٠١٨ بالفيس بوك

كمصدر للمعلومات؟

وعلي ذلك فقد استقر الباحث علي دراسة التغطية المصورة بصفتي حملتي مرشحي الرئاسة، الصفحة الرسمية لحملة المرشح عبدالفتاح السيسي، والصفحة الرسمية لحملة المرشح موسى مصطفى .

الإطار المنهجي للدراسة

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف وتحليل خصائص ظاهرة معينة " دلالة تأطير الصورة بصفتي المرشحين في تغطية الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ واتجاهات الجمهور نحوها " بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها ، ولا تقف عند حد جمع البيانات وإنما يمتد مجالها إلى تصنيف البيانات والحقائق التي تم جمعها وتفسيرها وتحليلها واستخلاص نتائج ودلالات منها .

منهج الدراسة

منهج المسح الإعلامي:

يعتبر منهج المسح المنهج الرئيس لدراسة دلالة تأطير الصورة بصفتي المرشحين في تغطية الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ واتجاهات الجمهور نحوها.

ويتم توظيف منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي ، وذلك بمسح عينة من الشباب المصري للتعرف على اتجاهاتهم نحو تأطير الصورة بصفتي المرشحين في تغطية الانتخابات الرئاسية بمصر .

تساؤلات الدراسة

١- تساؤلات الدراسة التحليلية

يمكن تحديد أهم تساؤلات الدراسة فيما يلي :

٤ - ما مدى تأثير الصورة بصفحتي المرشحين بالفيس بوك على فهم الشباب عينة الدراسة لمجريات الأحداث الانتخابية ؟

٥ - ما عوامل الجذب في الصورة للشباب عينة الدراسة؟
٦- إلى أي مدى ساهمت الصورة بصفحتي الدراسة على تفاعل للشباب عينة الدراسة بأحداث العملية الانتخابية للرئاسة المصرية ٢٠١٨ ؟ .

فروض الدراسة

الفرض الأول : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للصورة بصفحتي المرشحين للرئاسة المصرية ٢٠١٨ وفهمهم للحدث الانتخابي بحسب المتغيرات الديمغرافية (النوع - محل الإقامة - العمر - المستوى الاجتماعي الاقتصادي)

الفرض الثاني : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للصورة على صفحتي مرشحي الرئاسة وتذكرهم لتغطية الأحداث الانتخابية.

الفرض الثالث : توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة الجمهور في أطر التغطية المصورة بصفحتي مرشحي الرئاسة المصرية وبين معدل تفاعلهم معها .

الفرض الرابع : يزيد الاتجاه الايجابي للمبحوثين نحو الأطر المصورة لأحداث الانتخابات الرئاسية بصفحتي مرشحي الرئاسة بحسب انتمائهم السياسي .

الفرض الخامس : توجد فروق ذات دلالة بين مكونات الاتجاه (المعرفي - الوجداني - السلوكي) وأثر تعرض المبحوثين للصورة بصفحتي مرشحي الرئاسة .

الإطار الإجرائي للدراسة

مجتمع الدراسة

١-مجتمع الوسيلة

تم تطبيق علي صفحتي مرشحي الدراسة

أ- الصفحة الرسمية لحملة المرشح عبدالفتاح السيسي والتي تم تدشينها يوم ٢٧ يناير ٢٠١٨ علي الفيس بوك ،

ورابطها <https://www.facebook.com/alsisiofficialcampaign/>

تحيا مصر

عبد الفتاح السيسي

لرئاسة الجمهورية ٢٠١٨



أعجيني

الصفحة الرسمية لحملة السيد
الرئيس عبد الفتاح السيسي
٢٠١٨
سياسي



حاز هذا على إعجاب د.عبدالهادي و٨٢,١٩٦ من الأشخاص
الآخرين



الصفحة الرئيسية حول مقاطع الفيديو المنشورات الصور

اقتراح تعديلات

حول

إرسال رسالة

<http://www.alsisiofficial.com/>

سياسي

عرض الكل >

٢- صفحة المرشح الرئاسي موسى مصطفى، صفحتها والتي تم تدشينها علي الفيس بوك يوم ٢٥ فبراير ٢٠١٨
ورابطها هو <https://www.facebook.com/MoussaMostafaOfficial>



الصفحة الرسمية لحملة المرشح
الرئاسي موسى مصطفى موسى
٢٠١٨
شخصية عامة



إرسال رسالة

٣,٥ من ٥ - كن أول من يوصي بصفحة الصفحة الرسمية
لحملة المرشح الرئاسي موسى مصطفى موسى ٢٠١٨

٣,٥

الصفحة الرئيسية المنشورات الآراء مقاطع الفيديو الصور

اكتب شيئًا على الصفحة



عرض منشورات الزوار

مشاركة صورة

اقترح تعديلات

حول

ثابتة (فوتوغرافية) ومتحركة (فيديو) يمكن
دراستها .
-لم تكن هناك اختيارات كثيرة أمام الباحث في تحديد
مجتمع البحث من الصفحات ، نظرا لاقتراب السباق
الرئاسي في مصر ٢٠١٨ علي مرشحين فقط "
عبدالفتاح السيسي " ، " وموسي مصطفى "
٢-المجتمع البشري

ويرجع السبب في اختيار هاتين الصفحتين لما يلي :
- تعزز الصفحات السياسية علي الفيس بوك تبادل
الاتصال بين الناس الذين تجمعهم نفس الاهتمامات
والرؤي .
- خصصت صفحتا المرشحين للرئاسة المصرية
٢٠١٨ - عينة الدراسة - تغطية مصورة واسعة
للحملات الانتخابية ، الأمر الذي سمح بتراكم صور

جدول رقم (٣) يوضح توزيع عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	المتغير
		١- النوع
٤٨.٤	٨٨	ذكور
٥١.٦	٩٤	إناث
		٢- العمر
٥٢.٨	٩٦	٢٦-٢٣
٣٢.٤	٥٩	٣٠-٢٧
١٤.٨	٢٧	٣٥-٣١
		٣- محل الإقامة
٦٥.٤	١١٩	- مدينة
٣٤.٦	٦٣	- ريف
		٤- المستوى الاجتماعي الاقتصادي
٦٨.١	١٢٤	مرتفع
٢٥.٨	٤٧	متوسط
٦.١	١١	منخفض

أدوات الدراسة (أدوات جمع البيانات)

سيتم الاعتماد على صحيفة الاستقصاء بالمقابلة الشخصية (استمارة الاستبيان) في جمع بيانات الدراسة الميدانية للتعرف علي دلالة تأطير الصورة بصفتي المرشحين في تغطية الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ واتجاهات الجمهور نحوها.

المجال الزمني للدراسة

- تم جمع البيانات من عينة الدراسة خلال شهري أبريل - مايو ٢٠١٨

تم تطبيق الدراسة علي فئة الشباب من دارسي السنة التمهيدية للماجستير بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة المنصورة (٢٣-٣٥) للعام الدراسي ٢٠١٧-٢٠١٨ ، حيث أشارت نتائج معظم الدراسات التي أجريت علي مختلف الفئات العمرية أن الشباب هم أكثر فئات المجتمع استخداما للإنترنت وللفيس بوك .

عينة الدراسة

أ- عينة الدراسة التحليلية

تم استخدام أسلوب الحصر الشامل لجميع الصور الثابتة (الفوتوغرافية) والمتحركة (الفيديو) بصفتي الدراسة نظرا للفترة الزمنية القصيرة والتي انطلق فيها السباق الرئاسي بمصر ابتداء من ٢٧ يناير ٢٠١٨ وهو يوم تدشين صفحة حملة المرشح عبدالفتاح السيسي ، وحتى يوم أول لقاء مع المهندس موسى مصطفى بعد نتيجة الانتخابات بتاريخ ٤ أبريل ٢٠١٨ والمنشور علي صفحته .

ب- عينة الدراسة الميدانية

تم تطبيق عينة الاستبيان علي عينة عمدية قوامها ١٨٢ مفردة من الشباب دارسي السنة التمهيدية للماجستير بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة المنصورة للعام الدراسي ٢٠١٧ ، ٢٠١٨ ، والبالغ عددهم ٢١٠ طالبا ، وباستبعاد الطلاب العرب وكذلك الطلاب المصريين غير المتابعين لأحداث انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٨ و والذين يتعرضون لصفحتي حملتي المرشحين ، وبلغ عدد عينة الدراسة ١٨٢ مفردة تم توزيعهم كما يلي :-

إجراءات الصدق والثبات :

أ- الصدق

تم عرض صحيفة الاستقصاء علي مجموعة من المحكمين^(٤٩)، وقد أسفر ذلك عن إدخال بعض التعديلات عليها .

ب- الثبات

ولقياس ثبات البيانات اتبع الباحث أسلوبين ، الأول : أسلوب إعادة الاختبار Test-Retest علي عينة عشوائية مكونة من ٤٥ استمارة بواقع نسبة ١٠% من حجم العينة وبلغت قيمة معامل الثبات ٠.٩٢ والثاني : قام الباحث مع أحد الباحثين بإعادة تحليل فئات الاستمارة ، وتم استخدام معادلة (كوبر)^(٥٠) لقياس الثبات .

$$\text{نسبة الاتفاق} = \frac{\text{عدد مرات الاتفاق} - \text{عدد مرات الاختلاف}}{\text{عدد مرات الاتفاق}}$$

وقد بلغت نسبة الثبات بين المحللين ٠.٩٢

أساليب القياس المستخدمة :

(١) كثافة استخدام صفحتي الدراسة

تم قياس كثافة استخدام صفحتي الدراسة بموقع الفيس بوك من خلال ثلاثة أسئلة تضمنتها صحيفة الاستقصاء عن مدي التعرض وعدد مرات التعرض ، وكثافة الوقت الذي يستخدمه المبحوث في التعرض ، ويتكون المقياس من الأسئلة التالية :

- هل تستخدم صفحتي مرشحي الرئاسة المصرية ؟ ٢٠١٨ ؟

* دائما (٣ درجات) * أحيانا (٢ درجة) * نادرا (١ درجة)

- ما المعدل الأسبوعي لاستخدام صفحتي المرشحين؟ * يوما واحدا (١ درجة)

* من يومين - أقل من ٤ أيام (٢ درجة)

* من ٤ أيام - أقل من ٦ أيام (٣ درجات)

* يوميا (٤ درجات)

- ما المعدل الزمني للجلسة الواحدة لاستخدام صفحتي مرشحي الرئاسة المصرية ؟

* أقل من ساعة (١ درجة)

* من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات (٢ درجة)

* من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات (٣ درجة)

* خمس ساعات فأكثر (٤ درجات)

وبناء علي ذلك تم حساب المتوسطات لكل مبحوث ، فنتج مقياسا تتراوح درجاته ما بين ٣-١١ درجة ، تم تقسيمه إلي ثلاثة مستويات تتمثل فيما يلي :

- منخفض الاستخدام لصفحتي مرشحي الرئاسة (٣ - ٥)

- متوسط الاستخدام لصفحتي مرشحي الرئاسة (٦ - ٨)

- مرتفع الاستخدام لصفحتي مرشحي الرئاسة (٨ - ١١)

جدول رقم (٤)

" مقياس كثافة التعرض لشبكات التواصل

الاجتماعي "

النسبة %	التكرار	كثافة التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي
٣٥.٧	٦٥	١- مرتفع التعرض
٥١.١	٩٣	٢- متوسط التعرض
١٣.٢	٢٤	٣- منخفض التعرض
١٠٠	١٨٢	المجموع

جدول رقم (٥)

" مقياس المستوى الاجتماعي الاقتصادي "

النسبة %	التكرار	المستوى الاجتماعي الاقتصادي
٦٨.١	١٢٤	١- مستوى مرتفع
٢٥.٨	٤٧	٢- مستوى متوسط
٦.١	١١	٣- مستوى منخفض
١٠٠	١٨٢	المجموع

التعريفات الإجرائية للدراسة

الفيس بوك

الفيس بوك : هو موقع لشبكة اجتماعية يتيح للمستخدمين إنشاء قاعدة لملامحهم الشخصية وشبكات اتصال مشتركة وعقد علاقات صداقة مع مستخدمين آخرين والكتابة على "جدران" أصدقائهم وإنشاء مجموعات والانتساب إليها ونشر الأحداث والتسجيل كمعجبين ومحبين لأي شئ يمكن تصوره، ونشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو ضمن قائمة طويلة لإمكانات أخرى.

الصورة :

هي الصورة الصحفية بشقيها الثابتة (الفوتوغرافية) والمتحركة (الفيديو) التي تنتقل وتقدم أحداث الحملات الرئاسية في مصر ٢٠١٨ بصفتي المرشحين .

الأطر المصورة

هي استراتيجية الاتصال المرئي التي تقدم الأحداث والقضايا والتركيز علي جوانب محددة فيها مما يجعلها بارزة ، وإغفال أو تجاهل جوانب أخرى ، وذلك علي المستويين الظاهر والكامن

المعالجة الإحصائية للبيانات

(٢) المستوى الاجتماعي الاقتصادي

يتكون المقياس من المؤشرات التالية :

- المستوى التعليمي للمبحوث : (٤ درجات)

* تعليم أعلى من الجامعي (٤ درجات) لأن العينة من طلبة تمهيدي ماجستير بقسم الإعلام

- نوعية السكن : (١-٢ درجة)

* تمليك (٢ درجة) إيجار (درجة واحدة)

- متوسط دخل الأسرة : (١-٥ درجات)

* ٧٠٠٠ جنيهه فأكثر (٥ درجات)

* من ٥٠٠٠ إلى أقل من ٧٠٠٠ (٤ درجات)

* من ٣٠٠٠ إلى أقل من ٥٠٠٠ (٣ درجات)

* من ١٥٠٠ إلى أقل من ٣٠٠٠ (٢ درجة)

* أقل من ١٥٠٠ جنيهه (درجة واحدة)

- عدد الأجهزة لدى الأسرة : (١-٥ درجة)

* جهاز واحد (درجة واحدة)

* جهازان (درجتان)

* ثلاثة أجهزة (٣ درجات)

* أربعة أجهزة (٤ درجات)

* خمسة أجهزة فأكثر (٥ درجات)

وبناء علي ذلك تم حساب المتوسطات لكل مبحوث ،

فنتج مقياساً تتراوح درجاته ما بين ٤-١٦ درجة تم

تقسيمه إلي ثلاثة مستويات تتمثل فيما يلي :

- مستوى منخفض (٤ - ٨)

- مستوى متوسط (٩ - ١٢)

- مستوى مرتفع (١٣ - ١٦)

التجانس أو الاختلاف بين ثلاث مجموعات أو أكثر ومدى صلتها بالمجتمع الأصلي الذي تمثله .
- مقاييس المقارنات البعدية POST HOC test مثل معامل LSD للوقوف علي الفروق بين المتوسطات .

وقد تم قبول الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر ، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل .

نتائج الدراسة التحليلية

قام الباحث بتطبيق دراسته التحليلية على عينة من الصور الفوتوغرافية المنشورة علي صفحتي المرشحين عبدالفتاح السيسي وموسي مصطفى خلال فترة الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ وتم استخلاص النتائج وعرضها علي ثلاثة محاور :-

المحور الأول : نتائج تحليل الصور الثابتة

(الفوتوغرافية) عينة الدراسة بصفتي

الدراسة

١- إجمالي الصور الصحفية التي تناولت تغطية الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ بصفتي الدراسة

جدول رقم (٦) يوضح الصور الصحفية التي تناولت تغطية الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ بصفتي

الدراسة

الإجمالي		الفيديو		صور فتوغرافية		نوع الصورة
ك	%	ك	%	ك	%	
٧٩٢	٦٧.٢	٣٤	٢٧.٠	٨٢٦	٦٣.٣	حملة عبدالفتاح السيسي
٣٨٦	٣٢.٨	٩٢	٧٣.٠	٤٧٨	٣٦.٧	حملة موسي مصطفى
١١٧٨	١٠٠	١٢٦	١٠٠	١٣٠٤	١٠٠	الإجمالي
٩٠.٣	%	٩.٧	%	١٠٠	%	النسبة المئوية

درجة الحرية ١

بدلالة ٠.٠٠٠

كا = ٧٩.٤١

من تحليل بيانات الجدول رقم (٦) يتضح ما يلي :

١- احتلت الصور الثابتة الترتيب الأول لصفحتي الدراسة حيث حصلت علي ١١٧٨ صورة بنسبة ٩٠.٣ % ، في احتلت الصور المتحركة (الفيديو) الترتيب الثاني حيث حصلت علي ١٢٦ صورة بنسبة ٩.٧ % .

وتتقارب هذه النتيجة مع ما توصلت له نتيجة دراسة حمزة خليل (٢٠١٧) ^(٥١) والتي توصلت إلي أن الصور الفوتوغرافية احتلت الترتيب الأول بنسبة ٨٣.٠ % ، حيث حصلت علي ١٤٢٧ تكرارا بنسبة ٨٣.٠ % ، في حين احتلت الصور المتحركة الترتيب الثاني حيث حصلت علي ٢٩٩ تكرارا بنسبة ١٧.٠ % .

وتتقارب هذه النتيجة أيضا مع ما توصلت له دراسة Neznanski & Dmitrova (٢٠٠٦) ^(٥٢) ، والتي توصلت إلي أن تغطية الصفحات في الصحف الدولية ما زالت تعتمد بشكل أكبر علي الصور الفوتوغرافية (الثابتة) بنسبة ٧٤.٦ % ، في حين اعتمدت علي الصور المتحركة بنسبة ٢٥.٤ % في الترتيب الثاني .

٢- احتلت صفحة حملة الرئيس عبدالفتاح السيسي الترتيب الأول بالنسبة لنشر الصور (الصور الثابتة والمتحركة) حيث نشرت ٨٢٦ صورة بنسبة ٦٣.٣ % ، فيما احتلت صفحة حملة المهندس

٣- احتلت صفحة حملة الرئيس عبدالفتاح السيسي الترتيب الأول بالنسبة للفيديو ، حيث نشرت ٩٢ فيديو بنسبة ٧٣.٠ % ، فيما احتلت صفحة حملة الرئيس عبدالفتاح السيسي الترتيب الثاني ؛ حيث نشرت ٣٤ فيديو بنسبة ٢٧.٠ % .

٤- احتلت صفحة حملة المهندس موسي مصطفى الترتيب الأول بالنسبة للفيديو ، حيث نشرت ٩٢ فيديو بنسبة ٧٣.٠ % ، فيما احتلت صفحة حملة الرئيس عبدالفتاح السيسي الترتيب الثاني ؛ حيث نشرت ٣٤ فيديو بنسبة ٢٧.٠ % .

٥- توجد فروق ذات دلالة بين صفحتي المرشحين محل الدراسة ونوع الصورة المستخدمة (ثابتة - متحركة) ؛ حيث بلغت قيمة $\chi^2 = ٧٩.٤١$ بمستوي دلالة ٠.٠٠٠ وهو أصغر من مستوي معنوية ٠.٠٥ عند درجة حرية ١

٦- نوع الصورة الصحفية الفوتوغرافية من حيث المضمون

٧- جدول رقم (٧) يوضح الصور الصحفية الفوتوغرافية من حيث المضمون

كما = ١٥.٥٥ بدلالة ٠.٠٠٠٠ درجة الحرية ١

نوع الصورة		صور موضوعية		صور شخصية		الإجمالي	
الصفحة	ك	%	ك	%	ك	%	%
حملة عبدالفتاح السيسي	٦٤١	٧٠.١	١٥١	٥٧.٢	٧٩٢	٦٧.٢	
حملة موسي مصطفى	٢٧٣	٢٩.٩	١١٣	٤٢.٨	٣٨٦	٣٢.٨	
الإجمالي	٩١٤	١٠٠	٢٦٤	١٠٠	١١٧٨	١٠٠	
النسبة المئوية	٧٧.٦	%	٢٢.٤	%	١٠٠	%	

٣- توجد فروق ذات دلالة بين صفحتي المرشحين محل الدراسة ونوع الصورة الفوتوغرافية (صور موضوعية- صور شخصية) ؛ حيث بلغت قيمة ك^٢ = ١٥.٥ بمستوي دلالة ٠.٠٠ وهو أصغر من مستوي معنوية ٠.٠٥ عند درجة حرية ١ وهو ما يمكن تفسيره في إطار نتائج الدراسات السابقة أن الإعلام الجديد عبر شبكة الإنترنت جاء في المرتبة الأولى لمتابعة حملات التسويق السياسي لمرشحي انتخابات الرئاسة ، وكذلك الانتخابات البرلمانية ، وجاء التلفزيون في المرتبة الثانية ، بينما جاءت الصحف القومية في المرتبة الأخيرة .

٣- نوع الصورة الصحفية الفوتوغرافية من حيث الخصائص الطباعية

جدول رقم (٨) يوضح نوع الصورة الصحفية الفوتوغرافية من حيث الخصائص الطباعية

الإجمالي		حملة موسي		حملة السيسي		الصفحة
%	ك	%	ك	%	ك	
٩٦.٥	١١٣٧	٩٥.٦	٣٦٩	٩٧.٠	٧٦٨	صورة ملتقطة بكاميرا
١.٠	١٢	١.٣	٥	٠.٩	٧	صورة كاريكاتير
١.٥	١٨	١.٨	٧	١.٤	١١	صورة ظلية
٠.٥	٦	٠.٥	٢	٠.٥	٤	صورة مرسومة باليد
٠.٥	٥	٠.٨	٣	٠.٢	٢	صورة كوميكس
١٠٠	١١٧٨	١٠٠	٣٨٦	١٠٠	٧٩٢	الإجمالي
%	١٠٠	%	٣٢.٨	%	٦٧.٢	النسبة المئوية

درجة الحرية ٤

بدلالة ٠.٦٥٠

ك^٢ = ٠.٤٩٤

؛ حيث حصلت علي ١٨ تكرارا بنسبة ١.٥ % ، ثم جاءت صور الكاريكاتير في الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ١٢ تكرارا بنسبة ٠.١ % ، ثم الصور المرسومة باليد في الترتيب الرابع ؛ حيث

من تحليل بيانات الجدول رقم (٧) يتضح ما يلي :

١- احتلت صفحة حملة الرئيس عبدالفتاح السيسي الترتيب الأول بالنسبة للصور الموضوعية ، ؛ حيث نشرت ٦٤١ صورة بنسبة ٧٠.١ % ، فيما احتلت صفحة حملة المهندس موسي مصطفى الترتيب الثاني ؛ حيث نشرت ٢٧٢ صورة بنسبة ٣٦.٧ % .

٢- احتلت صفحة حملة الرئيس عبدالفتاح السيسي الترتيب الأول بالنسبة للصور الشخصية ، ؛ حيث نشرت ١٥١ صورة بنسبة ٥٧.٢ % ، فيما احتلت صفحة حملة المهندس موسي مصطفى الترتيب الثاني ؛ حيث نشرت ١١٣ صورة بنسبة ٤٢.٨ % .

من تحليل بيانات الجدول رقم (٨) يتضح ما يلي :

١- احتلت الصورة الملتقطة بالكاميرا الترتيب الأول ؛ حيث حصلت علي ١١٣٧ تكرارا بنسبة ٩٦.٥ % ، تلتها الصورة الظلية في الترتيب الثاني

بنسبة ٩٥.٦ % ، تلتها الصورة الظلية في الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٧ تكرارات بنسبة ١.٨ % ، ثم جاءت صور الكارياتير في الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ٥ تكرارات بنسبة ١.٣ % ، ثم حصلت صور الكوميكس علي الترتيب الرابع ؛ حيث حصلت علي تكرارين بنسبة ٠.٢ % ، ثم حصلت الصور المرسومة باليد في الترتيب الرابع ؛ حيث حصلت علي ٣ تكرارات بنسبة ٠.٨ %

٤- لا توجد فروق ذات دلالة بين صفحتي المرشحين محل الدراسة ونوع الصورة الفوتوغرافية من حيث الخصائص الطباعية ؛ حيث بلغت قيمة $\chi^2 = ٠.٤٩٤$ بمستوي دلالة ٠.٦٥٠ ، وهو أكبر من مستوي معنوية ٠.٠٥ عند درجة حرية ٤ .

٤- نوع الصورة الصحفية من حيث تبعيتها

للحدث

جدول رقم (٩) يوضح نوع الصورة الصحفية الفوتوغرافية من حيث تبعيتها للحدث

نوع الصورة		حملة السيسي		حملة موسى		الإجمالي	
الصفحة	ك	%	ك	%	ك	%	ك
صورة تابعة للبوست	٣١٨	٣٤.٨	٨٩	٣٣.٧	٤٠٧	٣٤.٦	
صورة مستقلة	٥٩٦	٦٥.٢	١٧٥	٦٦.٣	٧٧١	٦٥.٤	
الإجمالي	٩١٤	١٠٠	٢٦٤	١٠٠	١١٧٨	١٠٠	
النسبة المئوية	٧٧.٦	%	٢٢.٤	%	١٠٠	%	

درجة الحرية ١

بدلالة ٠.٧٤٥

كا^٢ = ٠.١٠

الصورة التابعة للبوست في الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٤٠٧ تكرارا بنسبة ٣٤.٦% .

٢- بالنسبة لصفحة حملة المرشح عبدالفتاح السيسي احتلت الصورة المستقلة الترتيب الأول ؛ حيث

حصلت علي ٦ تكرارات بنسبة ٠.٥ ثم حصلت صور الكوميكس علي الترتيب الخامس ؛ حيث حصلت علي ٥ تكرارات بنسبة ٠.٥ .

٢- أما بالنسبة لصفحة المرشح عبد الفتاح السيسي فقد احتلت الصورة الملتقطة بالكاميرا الترتيب الأول ؛ حيث حصلت علي ٧٦٨ تكرارا بنسبة ٩٧.٠ % ، تلتها الصورة الظلية في الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ١١ تكرارا بنسبة ١.٤ % ، ثم جاءت صور الكارياتير في الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ٧ تكرارات بنسبة ٠.٩ % ، ثم الصور المرسومة باليد في الترتيب الرابع ؛ حيث حصلت علي ٤ تكرارات بنسبة ٠.٥ ثم حصلت صور الكوميكس علي الترتيب الخامس ؛ حيث حصلت علي تكرارين بنسبة ٠.٢ .

٣- أما بالنسبة لصفحة المرشح المهندس موسى مصطفى فقد احتلت الصورة الملتقطة بالكاميرا الترتيب الأول ؛ حيث حصلت علي ٣٦٩ تكرارا

من تحليل بيانات الجدول رقم (٩) يتضح ما يلي :

١- احتلت الصورة المستقلة الترتيب الأول حيث حصلت علي ٧٧١ تكرارا بنسبة ٦٥.٤ % ، تلتها

٥- المعالجات التي أجريت علي الصورة الصحفية

أصبحت الصورة في كل مرحلة من مراحل إنتاجها بفضل استخدام الأجهزة الإلكترونية تنتج بنتائج أفضل من النظم التقليدية، بالإضافة إلى الاستفادة مما تقدمه أجهزة الحاسبات الآلية من إمكانيات مؤثرة وفعالة مثل تغيير الإضاءة وتصحيح الألوان، وتخزين الصور ليتم حفظها بشكل أفضل، بل وتغيير المحتوى بتبديل عناصره (٥٤) وتتنوع طرق إنتاج الصورة الرقمية فمنها الماسح الضوئي والكاميرا الرقمية برامج معالجة الصور الطابعة (٥٥)

و أصبح هناك العديد من البرامج التي تسهم في معالجة الصور الرقمية ، وما يميز هذه البرامج هو سهولة استخدامها وقدرتها على تصحيح الأخطاء ، من أمثلة بعض البرامج التي تستخدم في معالجة الصور رقمياً برنامج أدوبي فوتوشوب Adobe photoshop وبرنامج كورل برنت شوب Corel Paintshop Photo Studio ، وبرنامج كورل أرك سوفت ArcSoft Photo studio ، وبرنامج كورل درو Corel Draw Graphic Suite ، وبرنامج دريم ويفر Dream Weaver (٥٦)

حصلت علي ٥٩٦ تكرارا بنسبة ٦٥.٢ % ، في حين احتلت الصورة التابعة للبوست الترتيب الثاني حيث حصلت علي ٣١٨ تكرارا بنسبة ٣٤.٨ % .
٢- بالنسبة لصفحة حملة المرشح موسي مصطفى احتلت الصورة المستقلة الترتيب الأول ؛ حيث حصلت علي ١٧٥ تكرارا بنسبة ٦٦.٣ % ، في حين احتلت الصورة التابعة للبوست الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٨٩ تكرارا بنسبة ٣٣.٧ % .
٣- لا توجد فروق ذات دلالة بين صفحتي المرشحين محل الدراسة ونوع الصورة الفوتوغرافية من حيث الخصائص الطباعية ، حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٠.١٠ بمستوي دلالة ٠.٧٤٥ وهو أكبر من مستوي معنوية ٠.٠٥ عند درجة حرية ١ وتتقارب هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة Wanta, Wayan & Roack (١٩٩٣) (٥٣) من أن الصور الصحفية التي لا تساعد على تكملة القصص الخبرية بمضمونها المثير للاهتمام قد تقلل من عملية استيعاب الأفراد للمعلومات ، وأن القصص الاخبارية الفرعية قد لا يستوعبها الفرد ما لم تكن مصحوبة بالصور الصحفية الهامة.

جدول رقم (١٠) يوضح المعالجات التي أجريت علي الصورة

الإجمالي		توجد معالجة		لم تجر معالجة		نوع الصورة
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٧.٢	٧٩٢	٥٢.٧	٧٩	٦٩.٤	٧١٣	حملة عبدالفتاح السيسي
٣٢.٨	٣٨٦	٤٧.٣	٧١	٣٠.٦	٣١٥	حملة موسي مصطفى
١٠٠	١١٧٨	١٠٠	١٥٠	١٠٠	١٠٢٨	الإجمالي
%	١٠٠	%	٢٢.٤	%	٨٧.٣	النسبة المئوية

درجة الحرية ١

بدلالة ٠.٠٠٠

كا^٢ = ٠.١٦.٥٥

من تحليل بيانات الجدول رقم (١٠) يتضح ما يلي :
١- احتلت الصورة التي لم تجر عليها أي معالجة الترتيب الأول ؛ حيث حصلت علي ١٠٢٨ تكرارا

ومن أهم أساليب إنتاج الصورة الرقمية في مجال الإعلام تقنية الفوتومونتاج ؛ حيث يعتمد فيه المصور على استخدام عدد من الصور المنفردة ذات معان وأفكار مختلفة ليقوم بتجميعها في صورة واحدة، وكأنه تم لنقاطها من زاوية واحدة وفي مكان وزمن واحد لتعطي كافة المعانى والأفكار في وقت واحد، أو يقوم بتصميم صورة مغايرة للواقع تمامًا وغير مألوفة ليعطي تأثيراً معيناً يساهم في تحقيق رؤيته ورسالته الإعلامية التي يهدف لتوصيلها للجمهور^(٥٧) .

٣- توجد فروق ذات دلالة بين صفحتي المرشحين محل الدراسة ونوع المعالجة التي اجريت علي الصورة ؛ حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 16.55$ بمستوي دلالة ٠.٠٠٠٠ وهو أصغر من مستوي معنوية ٠.٠٥ عند درجة ١

٦- نوع الصورة من حيث عدد الشخصيات

جدول رقم (١١) يوضح نوع الصورة من حيث عدد الشخصيات

الإجمالي		فردية		جماعية		نوع الصورة
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٧.٢	٧٩٢	٥٢.٧	٣٦٩	٦١.٥	٤٢٣	حملة عبدالفتاح السيسي
٣٢.٨	٣٨٦	٤٧.٣	١٢١	٣٨.٥	٢٦٥	حملة موسى مصطفى
١٠٠	١١٧٨	١٠٠	٤٩٠	١٠٠	٦٨٨	الإجمالي
%	١٠٠	%	٤١.٦	%	٥٨.٤	النسبة المئوية

درجة الحرية ١

٠.٠٠٠٠٠

٢٤.٨٢ = χ^2

٢- في حين احتلت الصورة الجماعية الترتيب الأول في صفحة المرشح عبدالفتاح السيسي ؛ حيث حصلت علي ٤٢٣ تكراراً بنسبة ٦١.٥% ، جاءت في الترتيب الثاني في صفحة المرشح موسى مصطفى ؛ حيث حصلت ٢٦٥ تكراراً بنسبة ٣٨.٥% .

بنسبة ٨٧.٣% ، تلتها الصورة التي توجد عليها معالجة في الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ١٥٠ تكراراً بنسبة ٢٢.٤% .

٢- احتلت الصورة التي لم تجر عليها أي معالجة الترتيب الأول في صفحة حملة الرئيس عبدالفتاح السيسي ؛ حيث حصلت علي ٧١٣ تكراراً بنسبة ٦٩.٤% ، تلتها الصورة التي لم تجر عليها أي معالجة في الترتيب الثاني في صفحة حملة المهندس موسى مصطفى ؛ حيث حصلت علي ٣١٥ تكراراً بنسبة ٣٠.٦% .

٢- احتلت الصورة التي توجد عليها معالجة الترتيب الأول في صفحة حملة المرشح عبدالفتاح السيسي ؛ حيث حصلت علي ٧٩ تكراراً بنسبة ٥٢.٧% ، تلتها الصورة التي توجد عليها معالجة في الترتيب الثاني في صفحة حملة المرشح موسى مصطفى ؛ حيث حصلت علي ٧١ تكراراً بنسبة ٤٧.٣% .

من تحليل بيانات الجدول رقم (١١) يتضح ما يلي :

١- احتلت الصورة الجماعية (التي يوجد بها أكثر من شخص) الترتيب الأول ؛ حيث حصلت علي ٦٨٨ تكراراً بنسبة ٥٨.٤% ، تلتها الصورة الفردية في الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٤٩٠ تكراراً بنسبة ٤١.٦% .

جاءت في الترتيب الأول ، تلتها الصور الفردية في الترتيب الثاني .

٣- توجد فروق ذات دلالة بين صفحتي المرشحين محل الدراسة ونوع الصورة من حيث الشخصيات ، ؛ حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 24.82$ بمستوي دلالة ٠.٠٠٠٠ وهو أصغر من مستوي معنوية ٠.٠٥ عند درجة ١

٧- مكان الحدث بالصورة

جدول رقم (١٢) يوضح مكان الحدث بالصورة

الإجمالي		خارج مصر		داخل مصر		نوع الصورة الصفحة
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٧.٢	٧٩٢	٥٦.٣	٩	٦٧.٤	٧٨٣	حملة عبدالفتاح السيسي
٣٢.٨	٣٨٦	٤٣.٧	٧	٣٢.٦	٣٧٩	حملة موسى مصطفى
١٠٠	١١٧٨	١٠٠	١٦	١٠٠	١١٦٢	الإجمالي
%	١٠٠	%	١.٤	%	٩٨.٦	النسبة المئوية

درجة الحرية ١

بدلالة ٠.٣٤٦

$\chi^2 = 0.88$

صفحة المرشح موسى مصطفى ، حيث حصلت ٣٧٩ تكرارا بنسبة ٣٢.٦ % .

٣- احتلت الصورة التي وقعت أحداثها خارج مصر الترتيب الأول في صفحة المرشح عبدالفتاح السيسي ؛ حيث حصلت علي ٩ تكرارا بنسبة ٥٦.٧ % ، بينما جاءت في الترتيب الثاني في صفحة المرشح موسى مصطفى ؛ حيث حصلت ٧ تكرارات بنسبة ٤٣.٧ % .

وهو ما يمكن تفسيره بوجود فارق كبير في الأحداث التي تغطيها صفحتا المرشحين للأحداث التي تقع داخل مصر وخارجها والتي اقتصر علي نشر صور لتصويت المصريين في الخارج وأكد المستشار محمود الشريف، نائب رئيس الهيئة الوطنية للانتخابات

٢- في حين احتلت الصورة الفردية الترتيب الأول في صفحة المرشح عبدالفتاح السيسي ؛ حيث حصلت علي ٣٦٩ تكرارا بنسبة ٥٢.٧ % ، جاءت في الترتيب الثاني في صفحة المرشح موسى مصطفى ؛ حيث حصلت ١٢١ تكرارا بنسبة ٤٧.٣ % .

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت له دراسة الشيماء أبو الخير (٢٠١٨) ^(٥٨) من أن الصور الجماعية

من تحليل بيانات الجدول رقم (١٢) يتضح ما يلي :

١- احتلت الصورة التي وقعت أحداثها داخل مصر الترتيب الأول ؛ حيث حصلت علي ١١٦٢ تكرارا بنسبة ٩٨.٦ % ، في حين احتلت الصورة التي وقعت أحداثها خارج مصر الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ١٦ تكرارا بنسبة ١.٤ % ، وقد مثلت هذه الصور لانتخابات المصريين في الخارج .

٢- احتلت الصورة التي وقعت أحداثها داخل مصر الترتيب الأول في صفحة المرشح عبدالفتاح السيسي ؛ حيث حصلت علي ٧٨٣ تكرارا بنسبة ٦٧.٤ % ، بينما جاءت في الترتيب الثاني في

٨- التعليق المصاحب للصورة بصفتي محل الدراسة

بعض الصور التي يتم نشرها تحمل من المعلومات ما لا يحتاج إلى أن نرفق معه تعليق مكتوب على الصورة، ولكن في بعض الحالات قد تحتاج الصورة إلى تعليق يساهم في جعلها أكثر وضوحًا، ولأن هناك بعض الصور التي قد تثير العديد من التساؤلات، فبدون التعليق عليها قد لا يتم فهم الصورة وعمّا تعبر وماذا حدث ومتى وقع الحدث ولماذا وقع، فالصورة تجيب على هذه الأسئلة بشكل يقتصر على خبرة وثقافة المتلقي^(١٠).

والمحدث باسمها، أن انتخابات المصريين بالخارج شهدت إقبالاً ملحوظاً على مدار الأيام الثلاثة الماضية، وذلك من خلال متابعة الهيئة لسير العملية الانتخابية، وهو ما نقلته وسجلته وسائل الإعلام وشاهدته المنظمات والهيئات المتابعة للانتخابات^(٥٩).

٤- لا توجد فروق ذات دلالة بين صفحتي المرشحين محل الدراسة ونوع مكان الحدث في الصورة؛ حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 0.88$ بمستوي دلالة 0.05 وهو أكبر من مستوي معنوية 0.05 عند درجة ١

جدول رقم (١٣) يوضح التعليق المصاحب للصورة بصفتي المرشحين

الإجمالي		غير مصحوبة بتعليق		مصحوبة بتعليق		نوع الصورة الصفحة
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٧.٢	٧٩٢	٦٩.٠	١٨٩	٦٦.٧	٦٠٣	حملة عبدالفتاح السيسي
٣٢.٨	٣٨٦	٣١.٠	٨٥	٣٣.٣	٣٠١	حملة موسي مصطفى
١٠٠	١١٧٨	١٠٠	٢٧٤	١٠٠	٩٠٤	الإجمالي
%	١٠٠	%	٢٣.٣	%	٧٦.٧	النسبة المئوية

درجة الحرية ١

بدلالة ٠.٤٨٢

٠.٤٩٤ = ٢٤

جاءت في الترتيب الثاني في صفحة المرشح موسي مصطفى؛ حيث حصلت ٣٠١ تكرارا بنسبة ٣٣.٣ %.

٣- في حين احتلت الصورة الغير مصحوبة بتعليق الترتيب الأول في صفحة المرشح عبدالفتاح السيسي؛ حيث حصلت علي ١٨٩ تكرارا بنسبة ٦٩.٠ %، جاءت في الترتيب الثاني في صفحة المرشح موسي مصطفى؛ حيث حصلت ٨٥ تكرارات بنسبة ٣١.٠ %.

من تحليل بيانات الجدول رقم (١٣) يتضح ما يلي:

١- احتلت الصورة المصحوبة بتعليق الترتيب الأول؛ حيث حصلت علي ٩٠٤ تكرارا بنسبة ٧٦.٧ %، في حين احتلت الصورة الغير مصحوبة بتعليق الترتيب الثاني؛ حيث حصلت علي ٢٧٤ تكرارا بنسبة ٢٣.٣ %.

٢- في حين احتلت الصورة المصحوبة بتعليق الترتيب الأول في صفحة المرشح عبدالفتاح السيسي؛ حيث حصلت علي ٦٠٣ تكرارا بنسبة ٦٦.٧ %،

أدت تقنيات التصوير الرقمي ، والتي بدأت تنمو في عام ٢٠٠٠ إلى توسيع المجال لاستخدام الصور في رصد الأحداث السياسية^(٦٢)، حيث بدأ التوسع في استخدامها بشكلٍ تدريجي بدءًا من عام ٢٠٠٢ ، فقد بلغت نسبة الاعتماد على الصور الرقمية في توثيق الحدث السياسي ١٤ % ، وبالرغم من استمرار الزيادة في استخدام الصور الرقمية إلا أن الفجوة بين المتلقين لهذه الصور وبين من ينشروها ما زالت مستمرة ما بين خطأ في الفهم لمضمون الصورة من ناحية وبين تكذيب بعض الصور من قبل سياسيين أو مسئولين بشكلٍ عام من جهة أخرى .^(٦٣)

و لم تعد عملية نشر معلومات عن الأحداث بالصور حكرًا على المتخصصين فقط من الصحفيين والمصورين بل أصبح المواطن العادي والمستخدم للإنترنت شريكًا في نقل الحدث بالصورة^(٦٤)، مما جعل بعض وكالات الأنباء ومواقع بعض الصحف وحتى المدونات تعتمد على صور الهواة التي يصورونها بذاتهم وينقلونها عن الأحداث المختلفة^(٦٥)

وقد أتاح الفيس بوك الترويج للأحداث وهي دعوة افتراضية يتمكن من خلالها المستخدمين من دعوة أصدقاء لهم لأي حدث حقيقي أو افتراضي ، وكذلك من أشهر التطبيقات التي أضافها الفيس بوك تطبيق الصور Photos ، حيث يمكن المستخدم من تحميل صور ورفع ألبوماته إلى الموقع ومن التطورات التي إمكانية رفع صور والإشارة لعدد من الأصدقاء أضاف الموقع لتطبيق ال Photos من تحتويهم الصورة أو الإشارة لمن يخصهم الحدث الذي توثقه الصورة^(٦٦).

٤- لا توجد فروق ذات دلالة بين صفحتي المرشحين محل الدراسة والتعليق المصاحب للصورة ؛ حيث بلغت قيمة $\chi^2 = ٠.٤٩٤$ بمستوي دلالة ٠.٤٨٢ وهو أكبر من مستوي معنوية ٠.٠٥ عند درجة ١.

وتتقارب نتيجة هذه الدراسة مع ما توصلت له دراسة مها مصطفى محمود (٢٠١٥)^(٦١) والتي هدفت إلى التعرف علي دور الفيس بوك في المشاركة السياسية لمستخدمي المجموعات السياسية وذلك بانتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٤ والتي توصلت أن أعلى نسبة كانت للموافقة علي المشاركة بالرأي في أحداث الفيس بوك ؛ حيث بلغت ٥٢.٤ % ، في حين احتلت نسبة الراضين للمشاركة بالرأي الترتيب الثاني بنسبة ٤٧.٦ %

ويؤدي التعليق على الصورة المنشورة على صفحات الفيس بوك لوظيفتين إحداهما

التعريف : أي نجيب للقارئ عن تساؤل ما هذا أو من هذا ؟ ، فمثلا لو كانت هناك صورة شخصية فلا بد أن نذكر اسم صاحبها، كما يفضل أن نذكر وظيفته طبقًا لطبيعة الموضوع.

التفسير : ففي بعض الأحيان قد لا يكتفى القارئ بالتعرف على مضمون الصورة، بل أن يتم شرح العلاقة بين الصورة والموضوع المصاحب، للإجابة على تساؤل يتبادر لذهن القارئ : لماذا تم نشر هذه الصورة؟

٩- الهدف من نشر الصورة

جدول رقم (١٤) يوضح الهدف من نشر الصورة بصفتي المرشحين

الإجمالي		حملة موسى		حملة السيسي		الصفحة	الهدف
%	ك	%	ك	%	ك		
٧٤.٨	٨٨١	٧٤.١	٢٨٦	٧٥.١	٥٩٥		إخبار
٨.٦	١٠١	٩.٨	٣٨	٨.٠	٦٣		توجيه
٧.٠	٨٢	٦.٥	٢٥	٧.٢	٥٧		تفسير
٦.٨	٨٠	٥.٤	٢١	٧.٤	٥٩		دعوة لحدث
٢.٨	٣٤	٤.٢	١٦	٢.٣	١٨		تبرير
١٠٠	١١٧٨	١٠٠	٣٨٦	١٠٠	٧٩٢		الإجمالي
%	١٠٠	%	٣٢.٨	%	٦٧.٢		النسبة المئوية

درجة الحرية ٤

كا = ٦.٠ بدلالة ٠.١٩٩

الترتيب الرابع ؛ حيث حصلت علي ٥٩ تكرارا بنسبة ٧.٤ % ، ثم فئة تبرير في الترتيب الخامس ؛ حيث حصلت علي ١٨ تكرارا بنسبة ٢.٣ % .

٣- بالنسبة لصفحة حملة المرشح موسى مصطفى احتل الإخبار الترتيب الأول بالنسبة للهدف من نشر الصورة حيث حصل علي ٢٨٦ تكرارا بنسبة ٧٤.١ % ، تلاه التوجيه في الترتيب الثاني حيث حصل علي ٣٨ تكرارا بنسبة ٩.٨ % ، ثم التفسير في الترتيب الثالث ؛ حيث حصل علي ٢٥ تكرارا بنسبة ٦.٥ % ، ثم فئة دعوة لحدث الترتيب الرابع بنسبة ٦.٨ % ، ثم فئة تبرير في الترتيب الخامس ؛ حيث حصلت علي ١٦ تكرارا بنسبة ٤.٢ % .

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت له دراسة شيماء أبو الخير (٢٠١٨) ^(١٧) أن هدف الإخبار جاء في الترتيب الأول في صفحات الدراسة

من تحليل بيانات الجدول رقم (١٤) يتضح ما يلي :

١- احتل الإخبار الترتيب الأول بالنسبة للهدف من نشر الصورة ؛ حيث حصل علي ٨٨١ تكرارا بنسبة ٧٤.٨ % ، تلاه التوجيه في الترتيب الثاني ؛ حيث حصل علي ١٠١ تكرارا بنسبة ٨.٦ % ، ثم التفسير في الترتيب الثالث ؛ حيث حصل علي ٨٢ تكرارا بنسبة ٧.٠ % ، ثم فئة دعوة لحدث الترتيب الرابع حيث حصلت علي ٨٠ تكرارا بنسبة ٦.٨ % ، ثم فئة تبرير في الترتيب الخامس ؛ حيث حصلت علي ٣٤ تكرارا بنسبة ٢.٨ % .

٢- بالنسبة لصفحة حملة المرشح عبدالفتاح السيسي احتل الإخبار الترتيب الأول بالنسبة للهدف من نشر الصورة ؛ حيث حصل علي ٥٩٥ تكرارا بنسبة ٧٥.١ % ، تلاه التوجيه في الترتيب الثاني ؛ حيث حصل علي ٨٣ تكرارا بنسبة ٨.٠ % ، ثم التفسير في الترتيب الثالث ؛ حيث حصل علي ٥٧ تكرارا بنسبة ٧.٢ % ، ثم فئة دعوة لحدث

كما انها وسيلة للفت الانتباه والتركيز علي جزء معين منه .

٤- لا توجد فروق ذات دلالة بين صفحتي المرشحين محل الدراسة والهدف من نشر الصورة ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٦.٠ بمستوي دلالة ٠.١٩٩ وهو أكبر من مستوي معنوية ٠.٠٥ عند درجة ١

١٠- طبيعة عرض الصورة

جدول رقم (١٥) يوضح طبيعة عرض الصورة بصفتي المرشحين

الإجمالي		صورة حية		صورة أرشفية		نوع الصورة الصفحة
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٧.٢	٧٩٢	٦٩.٢	٦٨١	٥٧.٢	١١١	حملة عبدالفتاح السيسي
٣٢.٨	٣٨٦	٣٠.٨	٣٠٣	٤٢.٨	٨٣	حملة موسى مصطفى
١٠٠	١١٧٨	١٠٠	٩٨٤	١٠٠	١٩٤	الإجمالي
%	١٠٠	%	٨٣.٥	%	١٦.٥	النسبة المئوية

درجة الحرية ١

بدلالة ٠.٠٠١

كا^٢ = ١٠.٥٧

٣- في حين احتلت الصورة الأرشفية الترتيب الأول في صفحة المرشح عبدالفتاح السيسي ؛ حيث حصلت علي ١١١ تكرارا بنسبة ٥٧.٢% ، جاءت في الترتيب الثاني في صفحة المرشح موسى مصطفى ؛ حيث حصلت ٨٣ تكرارا بنسبة ٤٢.٨% .

٥- توجد فروق ذات دلالة بين صفحتي المرشحين محل الدراسة وطبيعة عرض الصورة ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ = ١٠.٥٧ بمستوي دلالة ٠.٠٠١ وهو أصغر من مستوي معنوية ٠.٠٥ عند درجة ١ .

١١- نوع الاستمالات الموجودة في الصورة

كما تتفق مع ما توصلت له دراسة دراسة تركي بن صالح (٢٠٠٦) ^(٦٨)، حيث جاء هدف الإخبار في

المرتبة الأولى من بين أهداف التغطية الإعلامية الأمنية .

وهو ما يمكن تفسيره بأن الصورة تلعب دورا كبيرا في المجال الإخباري فهي تكلمة لما لم تعبر عنه الكلمات،

من تحليل بيانات الجدول رقم (١٥) يتضح ما يلي :

١- احتلت الصورة الحية الترتيب الأول ؛ حيث حصلت علي ٩٨٤ تكرارا بنسبة ٨٣.٥% ، تلتها الصورة الأرشفية في الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ١٩٤ تكرارا بنسبة ١٦.٥% .

٢- في حين احتلت الصورة الحية الترتيب الأول في صفحة المرشح عبدالفتاح السيسي ؛ حيث حصلت علي ٦٨١ تكرارا بنسبة ٦٧.٤% ، جاءت في الترتيب الثاني في صفحة المرشح موسى مصطفى ؛ حيث حصلت ٣٠٣ تكرارا بنسبة ٣٠.٨% .

جدول رقم (١٦) يوضح نوع الاستمالات الموجودة في الصورة

نوع الصورة	استمالات منطقية		استمالات عاطفية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
حملة عبدالفتاح السيسي	١٧٦	٦٨.٢	٦١٦	٦٧.٠	٧٩٢	٦٧.٢
حملة موسى مصطفى	٨٢	٣١.٨	٣٠٤	٣٣.٠	٣٨٦	٣٢.٨
الإجمالي	٢٥٨	١٠٠	٩٢٠	١٠٠	١١٧٨	١٠٠
النسبة المئوية	٢١.٩	%	٧٨.١	%	١٠٠	%

درجة الحرية ١

بدلالة ٠.٧٠٣

كا^٢ = ٠.١٤٥

وتتفق أيضا مع ما توصلت له دراسة *Shahira S. Fahmy* (٢٠٠٤) (٧٠) من أن الصورة تلعب دورا هاما في إطفاء الطابع الإنساني في الصورة فعندما يبتسم أو يغضب الأشخاص في الصورة فإن المشاهد يشعر بهذه العلاقة

٤- لا توجد فروق ذات دلالة بين صفحتي المرشحين محل الدراسة ونوع الاستمالات الموجود في الصورة ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٠.١٤٥ بمستوي دلالة ٠.٧٠٣ وهو أكبر من مستوي معنوية ٠.٠٥ عند درجة ١

المحور الثاني : نتائج تحليل الصور المتحركة

(الفيديو) عينة الدراسة بصفتي

المرشحين

أتاحت شبكة الويب إمكانات هائلة في نشر واتاحة المصادر المرئية والمسموعة، كما ساعدت تقنيات التسجيل والتصوير الرقمي على سهولة إنتاج تلك الفئة من المصادر، وفي الوقت نفسه ساهمت السرعات الفائقة في نقل وبث البيانات على شبكة الإنترنت، ونمو أعداد مواقع الاستضافة المجانية لتلك الوسائط واختزانها على الإنترنت السريع لمشاركة ونشر ملفات الفيديو واستخدامها (٧١).

من تحليل بيانات الجدول رقم (١٦) يتضح ما يلي :

١- احتلت الاستمالات العاطفية الترتيب الأول ؛ حيث حصلت علي ٩٢٠ تكرارا بنسبة ٧٨.١ % ، تلتها الاستمالات المنطقية في الترتيب الثاني حيث حصلت علي ٢٥٨ تكرارا بنسبة ٢١.٩ %.

٢- في حين احتلت الاستمالات العاطفية الترتيب الأول في صفحة المرشح عبدالفتاح السيسي ؛ حيث حصلت علي ٦١٦ تكرارا بنسبة ٦٧.٠ % ، جاءت في الترتيب الثاني في صفحة المرشح موسى مصطفى ؛ حيث حصلت ٣٠٤ تكرارا بنسبة ٣٣.٠ % .

٣- في حين احتلت الاستمالات المنطقية الترتيب الأول في صفحة المرشح عبدالفتاح السيسي ؛ حيث حصلت علي ١٧٦ تكرارا بنسبة ٦٨.٢ % ، جاءت في الترتيب الثاني في صفحة المرشح موسى مصطفى ؛ حيث حصلت ٨٢ تكرارا بنسبة ٣١.٨ % .

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة *Domke et.al.* (٢٠٠٢) (٦٩) من أن الصورة تحمل قيم عاطفية زائدة ، كما أنها تنقل العواطف والمشاعر الإنسانية بشكل فعال .

وفي نتائج لدراسة ل جودي ومغارترت وجوناثان (٢٠١٠) (٧٣) احتلت مقاطع الفيديو المصدر الرئيسي للحصول على المعلومات عن انتخابات الرئاسة الأمريكية بالمقارنة بوسائل الإعلام الأخر ، فقد استطاعت مقاطع الفيديو تبني وسائل تفاعلية حديثة في عرض الموضوعات المتعلقة بالانتخابات الأمريكية، وشكلت أساليب جديدة من وسائل ممارسة الديمقراطية علي شبكة الإنترنت .

١- الفترة الزمنية التي يستغرقها عرض الفيديو

في صفحتي الدراسة

جدول رقم (١٧) يوضح الفترة الزمنية التي يستغرقها عرض الفيديو في صفحتي الدراسة

الإجمالي		حملة موسي		حملة السيسي		الصفحة	الهدف
%	ك	%	ك	%	ك		
٦.٣	٨	٦.٥	٦	٥.٩	٢		أقل من دقيقة
١٥.١	١٩	١٥.٢	١٤	١٤.٧	٥		من دقيقة - أقل من دقيقتين
٥٥.٦	٧٠	٥٥.٥	٥١	٥٥.٩	١٩		من دقيقتين - أقل من ٣ دقائق
٢٣.٠	٢٩	٢٢.٨	٢١	٢٣.٥	٨		٣ دقائق فأكثر
١٠٠	١٢٦	١٠٠	٩٢	١٠٠	٣٤		الإجمالي
%	١٠٠	%	٧٣.٠	%	٢٧.٠		النسبة المئوية

درجة الحرية ٣

بدلالة ٠.٩٩٩

كا = ٠.٠٢٧

% ، ثم فئة " أقل من دقيقة " الترتيب الرابع

؛ حيث حصل علي ٨ تكرارات بنسبة ٦.٣ % .

٢- أما بالنسبة لصفحة المرشح عبدالفتاح السيسي فقد

احتلت فئة " من دقيقتين - أقل من ٣ دقائق "

الترتيب الأول في عرض أحداث الحملة الانتخابية

؛ حيث حصلت علي ١٩ تكرارا بنسبة ٥٥.٩ %

، تلتها فئة " ٣ دقائق فأكثر في الترتيب الثاني

؛ حيث حصلت علي ٨ تكرارات بنسبة ٢٣.٥ %

، ثم " فئة من دقيقة - أقل من دقيقتين " الترتيب

وتقوم فكرة موقع اليوتيوب الذي تأسس في عام ٢٠٠٥ على إمكانية إتاحة خدمة تبادل ملفات الفيديو التي تسمح للمستخدمين بتحميل الملفات المتوفرة على الإنترنت، سواء أكانت إعلامية أم للتسلية أم شخصية، ويستطيع أي شخص في الوقت نفسه أن ينشر ما يريد بإستثناء المحتوى المسيء أو غير القانوني، وإضافة إلى خدمة النشر التي يتيحها الموقع فإنه يسمح للمستخدم بإعادة نشر مانشره الاصدقاء، والبحث عن المحتوى حسب الكلمة أو الفئة ويرتبط اليوتيوب بعدة مواقع تطبيقات للتدوين (٧٢).

من تحليل بيانات الجدول رقم (١٧) يتضح ما يلي :

١- احتلت فئة " من دقيقتين - أقل من ٣ دقائق "

الترتيب الأول في عرض أحداث الحملة الانتخابية

، ؛ حيث حصلت علي ٧٠ تكرارا بنسبة ٥٥.٦ %

، تلتها فئة " ٣ دقائق فأكثر في الترتيب الثاني

؛ حيث حصلت علي ٢٩ تكرارا بنسبة ٢٣.٠ %

، ثم " فئة من دقيقة - أقل من دقيقتين " الترتيب

الثالث ؛ حيث حصل علي ١٩ تكرارا بنسبة ١٥.١

جدول رقم (١٨) يوضح أهم الفيديوهات بصفحة حملة المرشح عبدالفتاح السيسي

أهم الفيديوهات بصفحة المرشح موسى مصطفى	توصيف الفيديو
رد الرئيس السيسي علي سؤال لو منجحتش في الانتخابات هتعمل ايه	السيسي يجيب علي الأسئلة التي تتعلق بالانتخابات
شباب يدعمون السيسي قبل الانتخابات	تأييد شعبي
المرشح الوحيد ضد السيسي مؤيد للسيسي	التأكيد علي ضمان الفوز
السيسي عن الانتخابات الرئاسية بحكم بس انزلوا ادلوا بأصواتكم	السيسي يحث المواطنين الإدلاء بأصواتهم
مسيرات بسيارات النقل في شوارع امبابية تدعوا المواطنين بالمشاركة في الانتخابات	تأييد شعبي
فيديو : المصريون في قطر يشاركون بقوة في ثالث أيام الانتخابات	اقبال المصريين بالخارج علي التصويت
فيديو عن مشاركة المصريين بالخارج في الانتخابات الرئاسية من لبنان	اقبال المصريين بالخارج علي التصويت
لحظة وصول موكب السيسي للإدلاء بصوته	السيسي ينتخب
السيسي يدلي بصوته في انتخابات الرئاسة	السيسي ينتخب
سيده مسنة تبعث برسالة إلي السيسي عبر صندوق الانتخابات	تأييد شعبي
الوطنية للانتخابات تعلن فوز المرشح عبدالفتاح السيسي بالانتخابات الرئاسية	فوز السيسي بالانتخابات
كلمة السيسي للأمة عقب فوزه بالانتخابات الرئاسية لفترة ثانية	الاحتفال بالفوز

من تحليل بيانات الجدول رقم (١٨) يتضح ما يلي :

١- أن أغلب الفيديوهات بصفحة المرشح عبدالفتاح السيسي جاءت واثقة من الفوز بالانتخابات الرئاسية في مصر ٢٠١٨ ، والتأييد الشعبي الكبير له

الثالث ؛ حيث حصل علي ٥ تكرارات بنسبة ١٤.٧ % ، ثم فئة " أقل من دقيقة " الترتيب الرابع ؛ حيث حصل علي تكرارين بنسبة ٥.٩ % .

٣- أما بالنسبة لصفحة المرشح موسى مصطفى فقد احتلت فئة " من دقيقتين - أقل من ٣ دقائق " الترتيب الأول في عرض أحداث الحملة الانتخابية ، ؛ حيث حصلت علي ٥١ تكرارا بنسبة ٥٥.٥٦٩ % ، تلتها فئة " ٣ دقائق فأكثر في الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٢١ تكرارا بنسبة ٢٢.٨ % ، ثم " فئة من دقيقة - أقل من دقيقتين " الترتيب الثالث ؛ حيث حصل علي ١٤ تكرارا بنسبة ١٥.٢ % ، ثم فئة " أقل من دقيقة " الترتيب الرابع ؛ حيث حصل علي ٦ تكرارات بنسبة ٦.٥ % .

٤- لا توجد فروق ذات دلالة بين صفحتي المرشحين محل الدراسة والفترة الزمنية التي يستغرقها عرض الفيديو ، حيث بلغت قيمة $\chi^2 = ٢٧.٠٠$ بمستوي دلالة ٠.٩٩٩ وهو أكبر من مستوي معنوية ٠.٠٥ عند درجة ٣

وتتقارب نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت له دراسة أسماء مسعد عبدالمجيد (٢٠١١) ^(٧٤) ، والتي رصدت مدي اعتماد الشباب على مضامين ملفات الفيديو على الانترنت في متابعة الأحداث المحلية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد، ورصد وتحليل اساليب معالجة ملفات الفيديو للأحداث عينة الدراسة والوقوف علي أهم المضامين ، وتوصلت إلي حصل موقع يوتيوب على الريادة في تفضيلات الجمهور لمتابعة ملفات الفيديو .

٢- أهم الفيديوهات بصفحة حملة المرشح عبدالفتاح السيسي

جدول رقم (١٩) يوضح أهم الفيديوهات بصفحة

حملة المرشح موسى مصطفى

توصيف الفيديو	أهم الفيديوهات بصفحة المرشح موسى مصطفى
أسباب الترشح لانتخابات الرئاسة	أسرار و حقائق مع المرشح الرئاسي السابق موسى مصطفى موسى
أسباب الترشح لانتخابات الرئاسة	أسباب ترشح المهندس موسى مصطفى موسى للرئاسة
أسباب الترشح لانتخابات الرئاسة	" المرشح الرئاسي " موسى مصطفى موسى " لم يطلب أحد مني من أجهزة الدولة الترشح للرئاسة
أسباب الترشح لانتخابات الرئاسة	المرشح الرئاسي موسى مصطفى موسى نزولي رغبة مني و غير مدفوع من أحد
موسى يتحدث عن دعم الاعلام المصري له في الترشح	موسى مصطفى موسى : الإعلام المصري ساعدني في حملتي الانتخابية وقدمني بصورة جيدة
حجم الدعاية لموسى مقابل السيسي	دينا يحيى لموسى مصطفى : أضايقت من الدعاية الشعبية للرئيس السيسي ؟
موسى يقيم شعبيته	دينا يحيى لموسى مصطفى: قدرت توصل للناس أكثر من الرئيس السيسي؟
موسى يقيم شعبية المرشح عبدالفتاح السيسي	موسى مصطفى موسى : أعرف قوة الرئيس السيسي في المنافسة ولكني فخور بترشيحي أمامه
الحث علي المشاركة في الانتخابات	المرشح الرئاسي موسى مصطفى موسى : أتطلع لمشاركة ٣٠ مليون من الناخبين
موسى يتحدث عن برنامجه الانتخابي	دينا يحيى تسأل المرشح الرئاسي موسى مصطفى موسى عن أسباب تصريحاته عن جامعة الأزهر...
موسى يتحدث عن برنامجه الانتخابي	المرشح الرئاسي موسى مصطفى موسى يوضح برنامجه للتعامل مع الملفات...
موسى يتحدث عن برنامجه الانتخابي	المرشح الرئاسي موسى مصطفى موسى يوضح الحلول الاقتصادية ببرنامجه الانتخابي
موسى يتحدث عن برنامجه الانتخابي	تعرف على البرنامج الانتخابي للنهوض بالاقتصاد للمرشح الرئاسي " موسى مصطفى موسى "
موسى يتحدث عن برنامجه الانتخابي	تعليق المرشح الرئاسي على وضع الصحة الحالي و برنامجه لقطاع الصحة لإصلاح نقاط الضعف الحالية
موسى يتحدث عن برنامجه الانتخابي	موسى مصطفى موسى يوضح القرارات الأولى التي سيتخذها حال فوزه بمنصب رئيس مصر
آخر الاستعدادات لخوض الانتخابات	اللقاء الأخير مع المرشح الرئاسي " موسى مصطفى موسى " مع الإعلامية دينا يحيى...
المرشح موسى مصطفى ينتخب نفسه	تعرف على اختيار المرشح الرئاسي «موسى» أثناء تصويته خلف الستار ٢٧ مارس
لقاء ما بعد انتخابات الرئاسة	أول لقاء مع م.موسى مصطفى موسى بعد نتيجة الانتخابات بتاريخ ٤ ابريل ٢٠١٨

٢- جاءت أغلب الفيديوهات عن المشاركة الشعبية لتأييد المرشح عبدالفتاح السيسي

٣- ركزت الفيديوهات علي المشاركة الكبيرة للمصريين في الانتخابات الرئاسية في الخارج

٤- ركزت الفيديوهات علي المشاركة الكبيرة للمصريين في الانتخابات الرئاسية في الداخل

٥- غابت الفيديوهات التي تناقش قضايا مصر الداخلية والخارجية من صفحة حملة المرشح عبدالفتاح السيسي وذلك يرجع إلي سببين من وجهة نظر الباحث :-

الأول : سهولة المنافسة الانتخابية من وجهة نظر القائمين علي صفحة حملة الرئيس السيسي .

الثاني : نظرا لوجود مثل هذه الفيديوهات علي شاشات التلفزيون .

وهو ما يمكن تفسيره في ضوء ما توصلت له نتائج الدراسات السابقة والتي أشارت إلي أن أسباب متابعة الجمهور للانتخابات من خلال الإعلام الجديد يرجع لسرعة وسهولة الحصول علي المعلومات الخاصة بالمرشحين وأيضا يوجد إمكانية المشاركة بالرأي والتفاعل مع ما يتم نشره.

٣-أهم الفيديوهات بصفحة حملة المرشح موسى مصطفى

من تحليل بيانات الجدول رقم (١٩) يتضح ما يلي :

١- أن أغلب الفيديوهات بصفحة المرشح موسي مصطفى جاءت تشرح أسباب الترشح للانتخابات الرئاسية وكلها كانت علي لسانه وأكد علي أنه لم يطلب أحد منه من أجهزة الدولة الترشح للرئاسة فنزوله كان علي رغبته .

٢- نشرت صفحة المرشح موسي مصطفى فيديو وهو يؤشر علي رمزه الانتخابي " النجمة " للرد علي شائعات أنه سينتخب السيسي .

٣- من الملاحظ أن عدد الفيديوهات بصفحة المرشح موسي مصطفى أكبر من عدد الفيديوهات بصفحة المرشح عبدالفتاح السيسي ، وذلك يمكن تفسيره أن هناك الكثير من القنوات الفضائية وصفحات الكثير من المشاهير كانت تنشر فيديوهات عن حملة السيسي وهو ما جعل القائمين علي الصفحة يقصرون في عرض الكثير من الفيديوهات .

٤- مصدر المعلومة في الصور المتحركة (الفيديو)

جدول رقم (٢٠) يوضح مصدر المعلومة في الصور المتحركة (الفيديو)

الإجمالي		حملة موسي		حملة السيسي		الصفحة مصدر المعلومة
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٣.٥	٨٠	٧٩.٤	٧٣	٢٠.٦	٧	المرشح نفسه
١٥.٩	٢٠	٥.٤	٥	٤٤.٢	١٥	مؤيدون للمرشح
١١.٩	١٥	٩.٨	٩	١٧.٢	٦	المارة (جمهور عام)
٨.٧	١١	٥.٤	٥	١٧.٢	٦	أكثر من مصدر
١٠٠	١٢٦	١٠٠	٩٢	١٠٠	٣٤	الإجمالي

درجة الحرية ٣

بدلالة ٠.٠٠٠٠

كا^٢ = ٤٢.٤٣

عبدالفتاح السيسي ؛ حيث حصلت علي ١٥ تكرارا بنسبة ٤٤.٢ % ، ثم احتلت فئة المرشح نفسه الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت ٧ تكرارات بنسبة ٢٠.٦ % ، ثم فئة الجمهور العام الترتيب الثالث بنسبة ١٧.٢ % ، ثم فئة أكثر من مصدر الترتيب الثالث مكرر بنفس النسبة .

٣- احتلت فئة "المرشح نفسه " الترتيب الأول كمصدر معلومات للفيديو في صفحة المرشح موسي مصطفى ؛ حيث حصلت علي ٧٣ تكرارا بنسبة ٧٩.٤ % ، ثم احتلت فئة " جمهور عام " الترتيب الثاني بنسبة ٩.٨ % ، ثم فئة " مؤيدون

من تحليل بيانات الجدول رقم (٢٠) يتضح ما يلي :

١- احتلت فئة " المرشح نفسه " الترتيب الأول بالنسبة لمصادر الفيديو التي وردت بصفحتي المرشحين ؛ حيث بلغت ٨٠ تكرارا بنسبة ٦٣.٥ % ، تلتها فئة " مؤيدون للمرشح " الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٢٠ تكرارا بنسبة ١٥.٩ % ، ثم فئة جمهور عام الترتيب الثالث بنسبة ١١.٩ % ، ثم فئة أكثر من مصدر الترتيب الرابع بنسبة ٨.٧ % .

٢- احتلت فئة " مؤيدون للمرشح " الترتيب الأول كمصدر معلومات للفيديو في صفحة المرشح

للمرشح الترتيب الثالث ٥.٤ % ، ثم فئة " أكثر من مصدر " الترتيب الثالث مكرر بنسبة ٥.٤ % .
٤- توجد فروق ذات دلالة بين صفحتي المرشحين محل الدراسة ومصدر المعلومات في الفيديو ، حيث بلغت قيمة $\chi^2 = ٤٢.٤٣$ بمستوى دلالة

٥- التوازن في عرض مادة الفيديو

جدول رقم (٢١) يوضح التوازن في عرض مادة الفيديو

الإجمالي		حملة موسى		حملة السيسي		الصفحة	التوازن
%	ك	%	ك	%	ك		
٧٢.٢	٩١	٧٣.٩	٦٨	٦٧.٧	٢٣	متحيز	
٢١.٤	٢٧	٢٠.٧	١٩	٢٣.٥	٨	متوازن	
٦.٤	٨	٥.٤	٥	٨.٨	٣	غير معلوم	
١٠٠	١٢٦	١٠٠	٩٢	١٠٠	٣٤	الإجمالي	

درجة الحرية ٢

بدلالة ٠.٧١٢

$\chi^2 = ٠.٦٨٠$

٦٨ تكرارا بنسبة ٧٣.٩ % ، تلتها فئة متوازن في الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ١٩ تكرارا بنسبة ٢٠.٧ % ، ثم فئة غير معلوم الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ٥ تكرارات بنسبة ٥.٤ % .

٤- لا توجد فروق ذات دلالة بين صفحتي المرشحين محل الدراسة والتوازن في عرض الفيديو ، حيث بلغت قيمة $\chi^2 = ٠.٦٨٠$ بمستوى دلالة ٠.٧١٢ وهو أكبر من مستوى معنوية ٠.٠٥ عند درجة ١ وهو ما يمكن تفسيره من أن صفحات الحملات الانتخابية تقوم بتوظيف مجموعة من آليات التحيز في بناء الأطر المصورة الخاصة بحملتها الانتخابية ، فهي تركز علي قوي وأطراف فاعلة وتجاهل أخري وكذلك التحيز في عرض مصادر المعلومات من خلال إعطاء مدة زمنية لمرشحها أكبر من المدة الزمنية للمرشح الآخر

من تحليل بيانات الجدول رقم (٢١) يتضح ما يلي :

١- احتلت فئة متحيز الترتيب الأول ؛ حيث حصلت علي ٩١ تكرارا بنسبة ٧٢.٢ % ، تلتها فئة متوازن في الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٢٧ تكرارا بنسبة ٢١.٤ % ، ثم فئة غير معلوم الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ٨ تكرارات بنسبة ٦.٤ % .

٢- أما بالنسبة لصفحة المرشح عبدالفتاح السيسي احتلت فئة متحيز الترتيب الأول ؛ حيث حصلت علي ٢٣ تكرارا بنسبة ٦٧.٧ % ، تلتها فئة متوازن في الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٨ تكرارات بنسبة ٢٣.٥ % ، ثم فئة غير معلوم الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ٣ تكرارات بنسبة ٨.٨ % .

٣- أما بالنسبة لصفحة المرشح موسى مصطفى احتلت فئة متحيز الترتيب الأول ؛ حيث حصلت علي

بينما جاءت نسبة التوازن في الترتيب الثاني بنسبة ٢٣.٨% (٧٠).

٦- مصادر الفيديو في صفحتي الدراسة

وتتقارب هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة حمزة خليل (٢٠١٧)، والتي أثبتت أن الفيديوهات التي وظفتها مواقع الدراسة في تغطيتها لأحداث ثورة ٣٠ يونيو اتسمت بالتحيز في تغطيتها لهذه الأحداث، حيث جاءت نسبة التحيز في الترتيب الأول بنسبة ٧٦.٢%

جدول رقم (٢٢) يوضح مصادر الفيديو في صفحتي الدراسة

الإجمالي		حملة موسي		حملة السيسي		الصفحة
%	ك	%	ك	%	ك	المصدر
٥.٦	٧	٣.٣	٣	١١.٤	٤	فيديو من إنتاج الحملة
٨٨.٩	١١٢	٩٤.٦	٨٧	٧٣.٥	٢٥	قنوات تلفزيونية
١.٥	٢	-	-	٥.٩	٢	من إنتاج المواطن
٤.٠	٥	٢.١	٢	٨.٨	٣	غير محدد المصدر
١٠٠	١٢٦	١٠٠	٩٢	١٠٠	٣٤	الإجمالي

درجة الحرية ٣

بدلالة ٠.٠٠٥

كا = ١٢.٦٤

علي ٤ تكرارات بنسبة ١١.٤%، ثم " غير محدد المصدر " الترتيب الثالث؛ حيث حصل علي ٣ تكرارات بنسبة ٨.٨%، ثم فئة " من إنتاج المواطن " الترتيب الرابع؛ حيث حصل علي تكرارين بنسبة ٥.٩%.

٣- أما بالنسبة لصفحة حملة المرشح موسي مصطفى فقد احتلت فئة " قنوات تلفزيونية " الترتيب الأول بالنسبة لمصادر الفيديو؛ حيث حصلت علي ٨٧ تكرارا بنسبة ٩٤.٦%، تلتها فئة "فيديو من إنتاج الحملة في الترتيب الثاني؛ حيث حصلت علي ٣ تكرارات بنسبة ٣.٣%، ثم " غير محدد المصدر " الترتيب الثالث؛ حيث حصل علي تكرارين بنسبة ٢.١%، ثم فئة " من إنتاج المواطن " الترتيب الرابع ولم تحصل علي أي تكرار.

من تحليل بيانات الجدول رقم (٢٢) يتضح ما يلي:

١- احتلت فئة " قنوات تلفزيونية " الترتيب الأول بالنسبة لمصادر الفيديو في صفحتي الدراسة؛ حيث حصلت علي ١١٢ تكرارا بنسبة ٨٨.٩%، تلتها فئة "فيديو من إنتاج الحملة في الترتيب الثاني؛ حيث حصلت علي ٧ تكرارات بنسبة ٥.٦%، ثم " غير محدد المصدر " الترتيب الثالث؛ حيث حصل علي ٥ تكرارات بنسبة ٤.٠%، ثم فئة " من إنتاج المواطن " الترتيب الرابع؛ حيث حصل علي تكرارين بنسبة ١.٥%.

٢- أما بالنسبة لصفحة حملة المرشح عبدالفتاح السيسي فقد احتلت فئة " قنوات تلفزيونية " الترتيب الأول بالنسبة لمصادر الفيديو؛ حيث حصلت علي ٢٥ تكرارا بنسبة ٧٣.٥%، تلتها فئة "فيديو من إنتاج الحملة في الترتيب الثاني؛ حيث حصلت

والحروب^(٧٦) .

٣-توجد فروق ذات دلالة بين صفحتي المرشحين محل الدراسة ومصادر إنتاج الفيديو ، حيث بلغت قيمة كا^٢ = ١٢.٦٤ بمستوي دلالة ٠.٠٠٥ وهو أصغر من مستوي معنوية ٠.٠٥ عند درجة ٣ .

المحور الثالث : نتائج تحليل الأطر المصورة في

صفحتي الدراسة

١- الأطر المصورة بصفحتي الدراسة

جدول رقم (٢٣) يوضح أنواع الأطر بصفحتي الدراسة

الإجمالي		حملة موسي		حملة السيسي		الصفحة الأطر المصورة
%	ك	%	ك	%	ك	
٧٢.٧	٩٤٨	٨٣.٥	٣٩٩	٦٦.٥	٥٤٩	أطر عرضية محددة
٢٧.٣	٣٥٦	١٦.٥	٧٩	٣٣.٥	٢٧٧	أطر موضوعية عامة
١٠٠	١٣٠٤	١٠٠	٤٧٨	١٠٠	٨٢٦	الإجمالي
%	١٠٠	%	٣٦.٧	%	٦٣.٣	النسبة المئوية

درجة الحرية ١

بدلالة ٠.٠٠٠٠

كا^٢ = ٤٤.١٣

٢-أما بالنسبة لصفحة حملة المرشح عبدالفتاح السيسي احتلت فئة " أطر عرضية محددة " الترتيب الأول بالنسبة للأطر المصورة بصفحتي الدراسة ، حيث حصلت علي ٥٤٩ تكرارا بنسبة ٦٦.٥ % ، تلتها فئة " أطر موضوعية عامة "الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٢٧٧ تكرارا بنسبة ٣٣.٥ % .

٣-أما بالنسبة لصفحة حملة المرشح موسي مصطفى احتلت فئة " أطر عرضية محددة " الترتيب الأول بالنسبة للأطر المصورة بصفحتي الدراسة ؛ حيث حصلت علي ٣٩٩ تكرارا بنسبة ٨٣.٥ % ، تلتها فئة " أطر موضوعية عامة "الترتيب الثاني

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة حمزة خليل (٢٠١٧) من ارتفاع نسبة الفيديوهات التي قامت بإنتاجها مواقع الدراسة أثناء تغطيتها المصورة لأحداث ثورة ٣٠ يونيو ، حيث بلغت نسبة هذه الفيديوهات ٤٥.٩ % ، من إجمالي الفيديوهات المنشورة في المواقع محل الدراسة خلال ثورة ٣٠ يونيه ، وهذا يشير إلي اهتمام مواقع الدراسة بإنتاج الفيديوهات الخاصة بها والتي تدعم ايديولوجيتها التي تريد أن تؤثر علي الرأي العام أثناء الصراعات السياسية مثل الثورات

من تحليل بيانات الجدول رقم (٢٣) يتضح ما يلي :

١-احتلت فئة " أطر عرضية محددة " الترتيب الأول بالنسبة للأطر المصورة بصفحتي الدراسة ؛ حيث حصلت علي ٩٤٨ تكرارا بنسبة ٧٢.٧ % ، تلتها فئة " أطر موضوعية عامة "الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٣٥٦ تكرارا بنسبة ٢٧.٣ % . وهو ما يمكن تفسيره إلي اعتماد صفحتي الدراسة في تغطيتها المصورة لأحداث الحملة الانتخابية لمرشحها علي الأطر العرضية المحددة في الترتيب الأول ، ويعزي ذلك الي تركيز صفحتي المرشحين في تغطيتها المصورة علي المؤتمرات الانتخابية ، والمسيرات وتقديمها كأحداث منفصلة

؛ حيث حصلت علي ٧٩ تكرارا بنسبة ١٦.٥ %
أصغر من مستوي معنوية ٠.٠٥ عند
درجة ١ .

٤-توجد فروق ذات دلالة بين الأطر المصورة
بصفحتي المرشحين محل الدراسة ؛ حيث بلغت
قيمة كا^٢ = ٤٤.١٣ بمستوي دلالة ٠.٠٠٠٠ وهو

٢- اتجاه الأطر المصورة بصفحتي الدراسة

جدول رقم (٢٤) يوضح اتجاه الاطر المصور

الإجمالي		حملة موسي		حملة السيسي		الصفحة	التوازن
%	ك	%	ك	%	ك		
٨١.١	١٠٥٧	٧٩.١	٣٧٨	٨٢.٢	٦٧٩		إيجابي
١٨.٠	٢٣٥	١٩.٦	٩٤	١٧.١	١٤١		محايد
٠.٩	١٢	١.٣	٦	٠.٧	٦		سلبي
١٠٠	١٣٠٤	١٠٠	٤٧٨	١٠٠	٨٢٦		الاجمالي

درجة الحرية ٢

بدلالة ٠.٢٩٩

كا^٢ = ٢.٤١

٣-أما بالنسبة لصفحة حملة المرشح موسي مصطفى
احتلت فئة " إيجابي " الترتيب الأول بالنسبة لاتجاه
الأطر المصورة بصفحتي الدراسة ، حيث حصلت علي
٣٧٨ تكرارا بنسبة ٧٩.١ % ، تلتها فئة " محايد
" الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٩٤ تكرارا بنسبة
١٩.٦ % ، ثم فئة "سلبي " الترتيب الثالث ؛ حيث
حصلت علي ٦ تكرارات بنسبة ١.٣ % .

٤-لاتوجد فروق ذات دلالة بين اتجاه الأطر المصورة
بصفحتي المرشحين (السيسي - موسي) ، حيث
بلغت قيمة كا^٢ = ٢.٤١ بمستوي دلالة ٠.٢٩٩ وهو
أكبر من مستوي معنوية ٠.٠٥ عند درجة ٢ .
وهو ما يمكن تفسيره بأن صفحتي الدراسة قد عكست
اتجاها ايجابيا نحو مرشحها الرئاسي .

من تحليل بيانات الجدول رقم (٢٤) يتضح ما يلي :

١-احتلت فئة " إيجابي " الترتيب الأول بالنسبة لاتجاه
الأطر المصورة بصفحتي الدراسة ، ؛ حيث حصلت
علي ١٠٥٧ تكرارا بنسبة ٨١.١ % ، تلتها فئة " محايد
" الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٢٣٥ تكرارا
بنسبة ١٨.٠ % ، ثم فئة سلبي الترتيب الثالث ؛
حيث حصلت علي ١٢ تكرارا بنسبة ٠.٩ %

٢-أما بالنسبة لصفحة حملة المرشح عبدالفتاح السيسي
احتلت فئة " إيجابي " الترتيب الأول بالنسبة لاتجاه
الأطر المصورة بصفحتي الدراسة ، حيث حصلت علي
٦٧٩ تكرارا بنسبة ٨٢.٢ % ، تلتها فئة " محايد
" الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ١٤١ تكرارا
بنسبة ١٧.١ % ، ثم فئة "سلبي " الترتيب الثالث
؛ حيث حصلت علي ٦ تكرارات بنسبة ٠.٧ %

٣- استراتيجيات الأطر المصورة لتغطية الدراسة

الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ بصفتي

جدول رقم (٢٥) يوضح استراتيجيات الأطر المصورة لتغطية الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨

بصفتي الدراسة

الإجمالي		حملة موسى		حملة السيسي		الصفحة
%	ك	%	ك	%	ك	استراتيجيات الاطر
٤٠.٣	٥٢٥	٣٨.٧	١٨٥	٤١.٢	٣٤٠	مجموعة أطر الدعم السياسي
١٨.٦	٢٤٣	١٠.٣	٤٩	٢٣.٥	١٩٤	أطر التعاطف مع مرشح
٢٢.٣	٢٩١	٢٤.٧	١١٨	٢٠.٩	١٧٣	مجموعة الأطر المختلفة
١٨.٨	٢٤٥	٢٦.٣	١٢٦	١٤.٤	١١٩	مجموعة الأطر الشخصية
%	١٣٠٤	١٠٠	٤٧٨	١٠٠	٨٢٦	الإجمالي

درجة الحرية ٣

بدلالة ٥٠٠٠٠

كا = ٥٣.٨٤

التعاطف مع مرشح "الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ١٩٤ تكرارا بنسبة ٢٣.٥ % ، ثم فئة " مجموعة الأطر المختلفة " الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ١٧٣ تكرارا بنسبة ٢٠.٩ % ، تلتها فئة "مجموعة الأطر الشخصية " في الترتيب الرابع ؛ حيث حصلت علي ١١٩ تكرار بنسبة ١٤.٤ % .

٣- أما بالنسبة لصفحة حملة المرشح موسى مصطفى احتلت فئة " مجموعة أطر الدعم السياسي " الترتيب الأول لاستراتيجيات الأطر المصورة لتغطية الانتخابات الرئاسية بمصر ؛ حيث حصلت علي ١٨٥ تكرارا بنسبة ٣٨.٧ % ، تلتها فئة "مجموعة الأطر الشخصية " في الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ١٢٦ تكرار بنسبة ٢٦.٣ % ثم فئة " مجموعة الأطر المختلفة " الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ١١٨ تكرارا بنسبة ٢٤.٧ % ، ، تلتها فئة " أطر التعاطف مع مرشح "الترتيب

من تحليل بيانات الجدول رقم (٢٥) يتضح ما يلي :

١-احتلت فئة " مجموعة أطر الدعم السياسي " الترتيب الأول لاستراتيجيات الأطر المصورة لتغطية الانتخابات الرئاسية بمصر بصفتي الدراسة ؛ حيث حصلت علي ٥٢٥ تكرارا بنسبة ٤٠.٣ % ، ثم فئة " مجموعة الأطر المختلفة " الترتيب الثاني ، ؛ حيث حصلت علي ٢٩١ تكرارا بنسبة ٢٢.٣ % ، تلتها فئة "مجموعة الأطر الشخصية " في الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ٢٤٥ تكرار بنسبة ١٨.٨ % ، تلتها فئة " أطر التعاطف مع مرشح "الترتيب الرابع ؛ حيث حصلت علي ٢٤٣ تكرارا بنسبة ١٨.٦ % .

٢-أما بالنسبة لصفحة حملة المرشح عبدالفتاح السيسي احتلت فئة " مجموعة أطر الدعم السياسي " الترتيب الأول لاستراتيجيات الأطر المصورة لتغطية الانتخابات الرئاسية بمصر ؛ حيث حصلت علي ٣٤٠ تكرارا بنسبة ٤١.٢ % ، تلتها فئة " أطر

الرابع ؛ حيث حصلت علي ٤٩ تكرارا بنسبة ١٠.٣ % . دلالة ٠.٠٠٠ وهو أصغر من مستوي معنوية ٠.٠٥ عند درجة ٣ .

٤-توجد فروق ذات دلالة بين استراتيجيات الاطر المصورة بصفتي المرشحين (السيسي - موسي) ، حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٥٣.٨٤ بمستوي (٢٦) يوضح استراتيجيات الأطر المصورة التفصيلية بصفتي الدراسة

جدول رقم (٢٦) يوضح استراتيجيات الأطر المصورة التفصيلية بصفتي الدراسة

الأطر	استراتيجيات الأطر المصورة		صفحة حملة السيسي		صفحة موسي مصطفى		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مجموعة أطر الدعم السياسي	٦٠	٧.٣	٣٢	٦.٧	٩٢	٧.١	٢٠٢	٢٤.٤
	٢٤	٢.٩	٥	١.٠	٢٩	٢.٢	٢٠٢	٢٤.٤
	-	-	٤٨	١٠.١	٤٨	٣.٧	-	-
	٥٤	٦.٦	٦٦	١٣.٨	١٢٠	٩.٢	٥٤	٦.٦
	٣٤٠	٤١.٢ %	١٨٥	٣٨.٧	٥٢٥	٤٠.٣	٣٤٠	٤١.٢ %
	٢٥	٣.٠	٥	١.١	٣٠	٢.٣	٢٥	٣.٠
أطر التعاطف مع مرشح	٣٦	٤.٤	٢	٠.٤	٣٨	٢.٩	٢٤	٢.٩
	٢٤	٢.٩	٢٤	٥.٠	٤٨	٣.٧	٢٤	٢.٩
	١٨	٢.٢	١٨	٣.٨	٣٦	٢.٨	١٨	٢.٢
	١٨	٢.٢	١٨	٣.٨	٣٦	٢.٨	١٨	٢.٢
مجموعة الأثر المختلفة	٦٨	٨.٢	-	-	٦٨	٥.٢	١٩٤	٢٣.٥ %
	٢٣	٢.٨	-	-	٢٣	١.٧	١٩٤	٢٣.٥ %
	٥٣	٦.٤	٥٢	١٠.٩	١٠٥	٨.١	١٩٤	٢٣.٥ %
	٣٢	٣.٩	١٩	٤.٠	٥١	٣.٩	٣٢	٣.٩
	٢٦	٣.١	٢١	٤.٤	٤٧	٣.٦	٢٦	٣.١
	٢٣	٢.٨	١٩	٤.٠	٤٢	٣.٢	٢٣	٢.٨
مجموعة الأثر الشخصية	٣٩	٤.٧	٧	١.٤	٤٦	٣.٥	١٧٣	٢٠.٩ %
	٢٨	٣.٤	٤١	٨.٥	٦٩	٥.٣	٢٨	٣.٤
	٢٣	٢.٨	٣١	٦.٥	٥٤	٤.١	٢٣	٢.٨
	٢٦	٣.١	٢٩	٦.١	٥٥	٤.٢	٢٦	٣.١
	٤٢	٥.١	٢٥	٥.٢	٦٧	٥.٢	٤٢	٥.١
	١١٩	١٤.٤	١٢٦	٢٦.٣	٢٤٥	١٨.٨	١١٩	١٤.٤
	٨٢٦	١٠٠	٤٧٨	١٠٠	١٣٠٤	١٠٠	٨٢٦	١٠٠

من تحليل بيانات الجدول رقم (٢٦) يتضح ما يلي :

أولاً : مجموعة أطر الدعم السياسي

١٨.١ % ، ثم فئة " اطر التحفيز علي الاستمرار "

في الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ١٢٠ تكرارا

بنسبة ٩.٢ % ، تلتها فئة " اطار الحشد والتعبئة " في

١-احتلت فئة " اطار دعم الشعب لمرشح " الترتيب

الأول بالنسبة لمجموعة أطر الدعم السياسي بصفتي

ثانياً: أطر التعاطف مع مرشح

١- احتلت فئة " إطار مشروعات الطرق الكباري " الترتيب الأول بالنسبة لأطر التعاطف مع مرشح ؛ حيث حصلت علي ٤٨ تكراراً بنسبة ٣.٧ % ، ثم فئة " اطار العنف والتخريب للجماعات المتطرفة " في الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ١٢٠ تكراراً بنسبة ٩.٢ % ، تلتها فئة " اطار اسر الشهداء " في الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ٣٨ تكراراً بنسبة ٢.٩ % ، تلتها فئة " اطار الاعتداءات علي دور العبادات (كنائس - ومساجد) " الترتيب الرابع ؛ حيث حصلت علي ٦ تكرارات بنسبة ٢.٨ % ، ثم فئة إطار جنازات الشهداء في الترتيب الخامس بنسبة ؛ حيث حصلت علي ٣٠ تكراراً بنسبة ٢.٢ % ، ثم إطار استصلاح الأراضي والثروة السمكية ؛ حيث حصلت علي ٢٣ تكراراً بنسبة ١.٧ % .



٢- أما بالنسبة لصفحة حملة المرشح عبدالفتاح السيسي احتلت فئة " إطار مشروعات الطرق الكباري " الترتيب

الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ٩٢ تكراراً بنسبة ٧.١ % ، تلتها فئة " أطر التغيير " الترتيب الرابع ؛ حيث حصلت علي ٤٨ تكراراً بنسبة ٣.٧ % ، ثم فئة إطار دعم مؤسسات الدولة لمرشح في الترتيب الخامس بنسبة ٢.٢ % .

٢- أما بالنسبة لصفحة حملة المرشح عبدالفتاح السيسي احتلت فئة " إطار دعم الشعب لمرشح " الترتيب الأول بالنسبة لمجموعة أطر الدعم السياسي بصفتي الدراسة ؛ حيث حصلت علي ٢٠٢ تكراراً بنسبة ٢٤.٤ % ، تلتها فئة " اطار الحشد والتعبئة " في الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٦٠ تكراراً بنسبة ٧.٣ % ثم فئة " اطار التحفيز علي الاستمرار " في الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ٥٤ تكراراً بنسبة ٦.٦ % ، ثم فئة إطار دعم مؤسسات الدولة لمرشح في الترتيب الرابع بنسبة ٢.٩ % ، تلتها فئة " أطر التغيير " الترتيب الخامس ، ولم تحصل علي اي تكرار .

٣- أما بالنسبة لصفحة حملة المرشح موسي مصطفى احتلت فئة " اطار التحفيز علي الاستمرار " الترتيب الأول ؛ حيث حصلت علي ٦٦ تكراراً بنسبة ١٣.٨ % ، تلتها فئة " أطر التغيير " الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٤٨ تكراراً بنسبة ١٠.١ % ، ثم فئة " إطار دعم الشعب لمرشح " الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ٣٤ تكراراً بنسبة ٧.١ % ، ثم فئة إطار اطار الحشد والتعبئة " في الترتيب الرابع ؛ حيث حصلت علي ٣٢ تكراراً بنسبة ٦.٧ % ، ثم فئة إطار دعم مؤسسات الدولة لمرشح في الترتيب الخامس ؛ حيث حصلت علي ٥ تكرارات بنسبة ١.٠ % .

٥.٠% ، تلتها فئة " إطار الاعتداء علي دور العبادات (كنائس - ومساجد) " في الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ١٨ تكرار بنسبة ٣.٨% ، ثم فئة " جنازات الشهداء " في الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ٥ تكرارات بنسبة ١.١% ، تلتها فئة " إطار أسر الشهداء " ، في الترتيب الرابع ؛ حيث حصلت علي تكرارين بنسبة ٠.٤% ، في حين لم تحصل فئة إطار مشروعات الطرق والكباري وإطر استصلاح الأراضي والثروة السمكية علي أية تكرارات .

ثالثا: مجموعة الأطر المختلفة .

١-احتلت أطر تقاعات القوي السياسية في مصر الترتيب الأول بالنسبة لمجموعة الأطر المختلفة حيث حصلت علي ١٠٥ تكرار بنسبة ٨.١% ، تلتها فئة أطر ردود الأفعال العربية الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٥١ تكرار بنسبة ٣.٩% ، ثم فئة أطر ردود الأفعال الغربية في الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ٤٧ تكرار بنسبة ٣.٦% ، ثم فئة أطر تفاعلات الأطر الناعمة بالمجتمع (فنانيين ورياضيين) في الترتيب الرابع بنسبة ٣.٥% ، ثم فئة أطر ردود المنظمات الحقوقية في الترتيب الخامس بنسبة ٣.٢% .

٢-أما بالنسبة لصفحة حملة المرشح عبدالفتاح السيسي احتلت أطر تقاعات القوي السياسية في مصر الترتيب الأول بالنسبة لمجموعة الأطر المختلفة ؛ حيث حصلت علي ٥٣ تكرار بنسبة ٦.٤% ، تلتها فئة أطر تفاعلات الأطر الناعمة بالمجتمع (فنانيين ورياضيين) في الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٣٩ تكرار بنسبة ٤.٧% ، تلتها فئة أطر ردود الأفعال العربية الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ٣٢ تكرار

الأول بالنسبة لأطر التعاطف مع مرشح ؛ حيث حصلت علي ٤٨ تكرار بنسبة ٣.٧% ، تلتها فئة "إطار اسر الشهداء " في الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٣٦ تكرار بنسبة ٤.٤% ، ثم فئة " جنازات الشهداء " في الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ٢٥ تكرار بنسبة ٣.٠% ، تلتها فئة " إطار العنف والتخريب للجماعات المتطرفة " في الترتيب الرابع ، ؛ حيث حصلت علي ٢٤ تكرار بنسبة ٢.٢% ، ثم فئة إطار استصلاح الأراضي والثروة السمكية في الترتيب الخامس ؛ حيث حصلت علي ٢٣ تكرار بنسبة ٢.٨% ، ثم إطار الاعتداء علي دور العبادات (كنائس - ومساجد) ؛ حيث حصلت علي ١٨ تكرار بنسبة ٢.٢% .



الصورة تجمع الرئيس عبدالفتاح السيسي مع أطفال شهداء الجيش وقد ارتدوا الزي العسكري



٣-أما بالنسبة لصفحة حملة المرشح موسى مصطفى احتلت فئة " إطار العنف والتخريب للجماعات المتطرفة " الترتيب الأول ؛ حيث حصلت علي ٢٤ تكرار بنسبة

٢- أما بالنسبة لصفحة حملة المرشح عبدالفتاح السيسي احتلت فئة إطار شيطنة قوي الاسلام السياسي الترتيب الأول بالنسبة لمجموعة الأطر المختلفة ؛ حيث حصلت علي ٤٢ تكرار بنسبة ٥.١% ، تلتها فئة إطار الأسباب الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٢٨ تكرار بنسبة ٢.٨% ، ثم فئة إطار الحلول في الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ٢٦ تكرار بنسبة ٣.١% ، ثم فئة إطار النتائج في الترتيب الرابع بنسبة ٢.٨% .

٢- أما بالنسبة لصفحة حملة المرشح موسى مصطفى احتلت فئة إطار الأسباب الترتيب الأول بالنسبة لمجموعة الأطر المختلفة ؛ حيث حصلت علي ٤١ تكرار بنسبة ٨.٥% ، تلتها فئة إطار النتائج في الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٣١ تكرار بنسبة ٦.٥% ، ثم فئة إطار الحلول في الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ٢٩ تكرار بنسبة ٦.١% ، ثم فئة إطار شيطنة قوي الاسلام السياسي في الترتيب الرابع ؛ حيث حصلت علي ٢٥ تكرار بنسبة ٥.٢% .

بنسبة ٣.٩% ، ثم فئة أطر ردود الأفعال الغربية في الترتيب الرابع ؛ حيث حصلت علي ٢٦ تكرار بنسبة ٣.١% ، ، ثم فئة أطر ردود المنظمات الحقوقية في الترتيب الخامس ؛ حيث حصلت علي ٢٣ تكرار بنسبة ٢.٨% .

٣- أما بالنسبة لصفحة حملة المرشح موسى مصطفى احتلت أطر تفاعلات القوي السياسية في مصر الترتيب الأول بالنسبة لمجموعة الأطر المختلفة ؛ حيث حصلت علي ٥٢ تكرار بنسبة ١٠.٩% ، تلتها فئة أطر ردود الأفعال الغربية الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٢١ تكرار بنسبة ٤.٤% ، ثم فئة أطر ردود الأفعال العربية في الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ١٩ تكرار بنسبة ٤.٠% ، ثم فئة أطر ردود المنظمات الحقوقية في الترتيب الثالث مكرر بنسبة ٤.٠% ، ثم فئة أطر تفاعلات الأطر الناعمة بالمجتمع (فنانيين ورياضيين) في الترتيب الخامس ؛ حيث حصلت علي ٧ تكرارات بنسبة ١.٤% .

الدراسة الميدانية

قام الباحث بتطبيق دراسته الميدانية علي عينة عمدية قوامها ١٨٢ مجوثا من طلاب السنة التمهيديّة للمجستير بكلية الآداب جامعة المنصورة حول اتجاهاتهم حول أطر التغطية المصورة بصفتي مرشحي الرئاسة المصرية ٢٠١٨ ، وتم استخلاص النتائج كما يلي :

أولا : النتائج العامة للدراسة

١- زيارة المبحوثين لصفحتي مرشحي الرئاسة
جدول (٢٧) يوضح زيارة المبحوثين لصفحتي المرشحين (سمح للمبحوث باختيار أكثر من بديل)

ثالثا : مجموعة الأطر الشخصية .

١- احتلت فئة إطار الأسباب الترتيب الأول بالنسبة لمجموعة الأطر المختلفة ؛ حيث حصلت علي ٦٩ تكرار بنسبة ٥.٣% ، تلتها فئة إطار شيطنة قوي الاسلام السياسي الترتيب الثاني ؛ حيث حصلت علي ٦٧ تكرار بنسبة ٥.٢% ، ثم فئة إطار الحلول في الترتيب الثالث ؛ حيث حصلت علي ٥٥ تكرار بنسبة ٤.٢% ، ثم فئة إطار النتائج في الترتيب الرابع بنسبة ٤.١% .

الدراسات منها دراسة فاطمة علاء الدين (٢٠١٨) (٧٨) والتي توصلت أن أغلب المبحوثين يعتمدون علي شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات السياسية والمشاركة بأرائهم السياسية خاصة في أوقات الاحداث الساسية ودراسة أسامة محمد عبدالرحمن (٢٠١٤) (٧٩) والتي أثبتت أن الفيس بوك جاء في مقدمة مصادر أفراد العينة للحصول علي المعلومات حول قضايا الفساد في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، ودراسة محمد هاشم وحسن نيازي (٢٠١٢) (٨٠) حول دور الانترنت في تشكيل اتجاهات وسلوكيات الشباب الجامعي نحو مرشحي انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٢ والتي توصلت إلي أن الإنترنت جاء في مقدمة المصادر التي يعتمد عليها الشباب الجامعي للحصول علي المعلومات المتعلقة بمرشحي انتخابات الرئاسة المصرية والعملية الانتخابية ، وجاء التلفزيون في الترتيب الثاني ، ثم الصحف في الترتيب الثالث .

٢- ايجابيات استخدام الصورة بصفتي الدراسة من وجهة نظر المبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	أساليب القياس صفحتا المرشحين
٩٣.٩%	١٧١	زار صفحة حملة المرشح عبدالفتاح السيسي
١٢.٦%	٢٣	زار صفحة حملة المرشح موسي مصطفى
١٠٠	١٨٢	الاجمالي

من تحليل بيانات الجدول (٢٧) يتضح ما يلي :

-احتلت صفحة حملة المرشح عبدالفتاح السيسي الترتيب الأول من حيث عدد زيارات المبحوثين لها ؛ حيث حصلت علي ١٧١ تكرارا من مجموع التكرارات والبالغ ١٨٢ تكرارا بنسبة ٩٣.٩ % ، تلاه في الترتيب الثاني صفحة المرشح موسي مصطفى في الترتيب الثاني بنسبة ١٢.٦ % .

وترجع هذه النسبة المرتفعة لزيارة صفحتي المرشحين من وجهة نظر الباحث إلي جمهور العينة، حيث إنهم من طلبة السنة التمهيديّة للماجستير بقسم الإعلام ، أي أن جمهور العينة من المتخصصين في مجال الإعلام .

وهذه النتيجة تتقارب مع نتائج العديد من

جدول رقم (٢٨) يوضح ايجابيات استخدام الصورة بصفتي الدراسة

كأ	معارض		محايد		مؤيد		النوع	درجة الموافقة ايجابيات استخدام الصورة
	%	ك	%	ك	%	ك		
٠.٠٥٨ غير دالة	٤٤.٤	٤	٤٨.٧	١٩	٤٨.٥	٦٥	ذكور	تستقطب الصورة القارئ لتصفح البوست عبر صفحة المرشح الرئاسي
	٥٥.٦	٥	٥١.٣	٢٠	٥١.٥	٦٩	إناث	
	١٠٠	٩	١٠٠	٣٩	١٠٠	١٣٤	الإجمالي	
٠.٦٢ غير دالة	٤٢.٩	٦	٤٤.٧	٢١	٥٠.٤	٦١	ذكور	تساعد الصورة علي جودة الشكل التصميمي لصفحة المرشح
	٥٧.١	٨	٥٥.٧	٢٦	٤٩.٦	٦٠	إناث	
	١٠٠	١٤	١٠٠	٤٧	١٠٠	١٢١	الإجمالي	
١.٩١ غير دالة	٤٥.٠	٩	٤٧.٩	٢٣	٤٩.١	٥٦	ذكور	تبسط المعلومات لقارئ المنشورة بصفحة المرشح
	٥٥.٠	١١	٥٢.١	٢٥	٥٠.٩	٥٨	إناث	
	١٠٠	٢٠	١٠٠	٤٨	١٠٠	١١٤	الإجمالي	
٤.٦٠ غير دالة	١٢.٥	١	٤٦.٢	١٨	٥١.١	٦٩	ذكور	تساعد القارئ علي تكوين رأيه حول الأحداث الانتخابية
	٨٧.٥	٧	٥٣.٨	٢١	٤٨.٩	٦٦	إناث	
	١٠٠	٨	١٠٠	٣٩	١٠٠	١٣٥	الإجمالي	
٠.٥٦٧ غير دالة	٤٢.١	٨	٤٥.٢	١٤	٥٠.٠	٦٦	ذكور	تغطي الصورة تفاصيل أكثر دقة للحدث الانتخابي
	٥٧.٩	١١	٥٤.٨	١٧	٥٠.٠	٦٦	إناث	
	١٠٠	١٩	١٠٠	٣١	١٠٠	١٣٢	الإجمالي	
٠.٤٣ غير دالة	٤٢.٩	٩	٤٥.٠	٩	٤٩.٦	٧٠	ذكور	تضيف الصورة الحيوية والحركة علي النص الخبري للمنشور " البوست "
	٥٧.١	١٢	٥٥.٠	١١	٥٠.٤	٧١	إناث	
	١٠٠	٢١	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٤١	الإجمالي	

كأ ٠.٤٣ وهي أصغر من قيمة كأ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق "

٢- احتلت عبارة تساعد الصورة القارئ علي تكوين رأيه حول الأحداث الانتخابية الترتيب الثاني لايجابيات استخدام الصورة بصفتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين

من تحليل بيانات الجدول (٢٨) يتضح ما يلي :

١- احتلت عبارة تضيف الصورة الحيوية والحركة علي النص الخبري للمنشور " البوست " الترتيب الأول لايجابيات استخدام الصورة بصفتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو عبارة تضيف الصورة الحيوية والحركة علي النص الخبري للمنشور " البوست " ؛ حيث بلغت قيمة

إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو عبارة تغطي الصورة تفاصيل أكثر دقة للحدث الانتخابي عبر صفحة المرشح الرئاسي ؛ حيث بلغت قيمة كاً ٠.٥٦٧ وهي أصغر من قيمة كاً الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق "

٥- احتلت عبارة تساعد الصورة علي جودة الشكل التصميمي لصفحة المرشح الترتيب الخامس لايجابيات استخدام الصورة بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو عبارة تساعد الصورة علي جودة الشكل التصميمي لصفحة المرشح ؛ حيث بلغت قيمة كاً ٠.٦٢٩ وهي أصغر من قيمة كاً الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق "

٦- احتلت عبارة تبسط المعلومات لقارئ المنشورة بصفحة المرشح الترتيب السادس لايجابيات استخدام الصورة بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو عبارة تبسط المعلومات للقارئ المنشورة بصفحة المرشح ؛ حيث بلغت قيمة كاً ٠.١٢١ وهي أصغر من قيمة كاً الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق "

٣-سلبيات (معوقات) استخدام الصورة من

النوع والاتجاهات نحو عبارة تساعد الصورة القارئ علي تكوين رأيه حول أحداث الحملة الانتخابية ؛ حيث بلغت قيمة كاً ٤.٦٠ وهي أصغر من قيمة كاً الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق "

وتتقارب هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة سلام أحمد عبده (٢٠٠١) ^(٨١)، من أنه تم توظيف الصورة الصحفية بشكل فعال للتعرف بالمرشحين من خلال نشر الصور الشخصية لهؤلاء المرشحين ، أو للتعريف بالدور الذي يقومون به والخدمات التي يقدمونها للجماهير من خلال نشر الصور الموضوعية .

٣- احتلت عبارة تستقطب الصورة القارئ لتصفح البوست عبر صفحة المرشح الرئاسي الترتيب الثالث لايجابيات استخدام الصورة بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو عبارة تستقطب الصورة القارئ لتصفح البوست عبر صفحة المرشح الرئاسي ؛ حيث بلغت قيمة كاً ٠.٠٥٨ وهي أصغر من قيمة كاً الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق "

٤- احتلت عبارة تغطي الصورة تفاصيل أكثر دقة للحدث الانتخابي عبر صفحة المرشح الرئاسي الترتيب الرابع لايجابيات استخدام الصورة بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة

صفحتي المرشحين

جدول رقم (٢٩) يوضح سلبيات استخدام الصورة بصفحتي الدراسة

ك ^٢	معارض		محايد		مؤيد		النوع	درجة الموافقة
	%	ك	%	ك	%	ك		
٠.١١٣	٤٦.٣	١٩	٤٧.١	٨	٤٩.٢	٦١	ذكور	معوقات الصورة سوء خدمة الإنترنت مما يعيق تحميل الصورة
	٥٣.٧	٢٢	٥٢.٩	٩	٥٠.٨	٦٣	إناث	
	١٠٠	٤١	١٠٠	١٧	١٠٠	١٢٤	الإجمالي	
٠.١٩٧	٥١.٠	٢٥	٤٧.١	٣٢	٤٧.٧	٣١	ذكور	استخدام الصور الأرشيفية
	٤٩.٠	٢٤	٥٢.٩	٣٦	٥٢.٣	٣٤	إناث	
	١٠٠	٤٩	١٠٠	٦٨	١٠٠	٦٥	الإجمالي	
٠.١٦٩	٤٧.٩	٥٨	٥٣.٨	٧	٤٧.٩	٢٣	ذكور	استخدام صور غير مناسبة للحدث
	٥٢.١	٦٣	٤٦.٢	٦	٥٢.١	٢٥	إناث	
	١٠٠	١٢١	١٠٠	١٣	١٠٠	٤٨	الإجمالي	
١.٠٠٤	٣٥.٧	٥	٥١.٢	٢١	٤٨.٨	٦٢	ذكور	عدم وضوح الصورة
	٦٤.٣	٩	٤٨.٢	٢٠	٥١.٢	٦٥	إناث	
	١٠٠	١٤	١٠٠	٤١	١٠٠	١٢٧	الإجمالي	
٢.٤٠	٢٨.٦	٤	٥٠.٨	٣١	٤٩.٥	٥٣	ذكور	الصور المتحركة تشتت انتباهي
	٧١.٤	١٠	٤٩.٢	٣٠	٥٠.٥	٥٤	إناث	
	١٠٠	١٤	١٠٠	٦١	١٠٠	١٠٧	الإجمالي	

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Ned Kock (٢٠٠٥) (٨٢) والتي أكدت أن المشاكل المحيطة بالوسيلة وخاصة الوسائل الرقمية الحديثة كانقطاع الإنترنت ومشاكل تحميل الأخبار تمثل عائقًا في متابعة الأحداث برغم مزاياها المتنوعة.

وهو ما يمكن تفسيره من أن سوء خدمة الإنترنت من أولى الدوافع الأساسية للعزوف عن متابعة الصور، كذلك المعوقات الأخرى حيث أن التشويش وعدم الوضوح أو اقتطاع جزء من الصورة يؤثر سلبًا على عملية تمثيل المعلومة.

٤- أسباب استخدام صور تغطية انتخابات رئاسة

من تحليل بيانات الجدول (٢٩) يتضح ما يلي :

١- احتلت عبارة سوء خدمة الإنترنت مما يعيق تحميل الصورة الترتيب الأول لسلبيات استخدام الصورة بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو عبارة سوء خدمة الإنترنت مما يعيق تحميل ؛ حيث بلغت قيمة ك^٢ ٠.١١٣ وهي أصغر من قيمة ك^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق "

جدول رقم (٣٠) يوضح أسباب استخدام صور تغطية الانتخابات رئاسة الجمهورية

كأ	معارض		محايد		مؤيد		النوع	درجة الموافقة اسباب الاستخدام
	%	ك	%	ك	%	ك		
٠٠٠٤٧	٥٠٠	١٣	٤٧.٢	١٧	٤٨.٣	٥٨	ذكور	لتكوين آراء جديدة حول احداث الحملات الانتخابية لرئاسة الجمهورية
	٥٠٠	١٣	٥٢.٨	١٩	٥١.٧	٦٢	إناث	
	١٠٠	٣٦	١٠٠	٣٦	١٠٠	١٢٠	الإجمالي	
٠.٥٠	٤١.٧	١٠	٥٠.٠	١٦	٤٩.٢	٦٢	ذكور	للتعرف على آخر المستجدات بشأن حملات الانتخابات الرئاسية
	٥٨.٣	١٤	٥٠.٠	١٦	٥٠.٨	٦٤	إناث	
	١٠٠	٢٤	١٠٠	٣٢	١٠٠	١٢٦	الإجمالي	
٠.٢٣	٤٥.٢	١٤	٤٤.٤	٤	٤٩.٣	٧٠	ذكور	التعرف على مشاعر وردود أفعال الجماهير ازاء حملات المرشحين
	٥٤.٨	١٧	٥٥.٦	٥	٥٠.٧	٧٢	إناث	
	١٠٠	٣١	١٠٠	٩	١٠٠	١٤٢	الإجمالي	
٠٠٠١٥	٤٧.١	٨	٤٨.٨	٢١	٤٨.٤	٥٩	ذكور	اتابع صور الحملات الانتخابية بدافع الفضول
	٥٢.١	٩	٥١.٢	٢٢	٥١.٦	٦٣	إناث	
	١٠٠	١٧	١٠٠	٤٣	١٠٠	١٢٢	الإجمالي	
٠٠٠٧٢	٤٥.٨	١١	٤٨.٤	١٥	٤٨.٨	٦٢	ذكور	أتابع صور الكاريكاتير والكوميكس للتسلية والترفيه
	٥٤.٢	١٣	٥١.٦	١٦	٥١.٢	٦٥	إناث	
	١٠٠	٢٤	١٠٠	٣١	١٠٠	١٢٧	الإجمالي	

من تحليل بيانات الجدول (٣٠) يتضح ما يلي :

١- احتلت عبارة التعرف على مشاعر وردود أفعال الجماهير ازاء حملات المرشحين الترتيب الأول بالنسبة لأسباب استخدام الصورة بصفتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو التعرف على مشاعر وردود أفعال الجماهير ازاء حملات المرشحين ؛ حيث بلغت قيمة كأ^٢ ٠.٢٣ وهي أصغر من قيمة كأ^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق "

وتعكس هذه النتيجة : الحرية الكبيرة التي يتمتع بها الموقع في عرض الصور وتفاعل المستخدمين معها دون أى قيود أو شروط، مما يدفع الكثير من المستخدمين لاستخدام وتداول الصور والتعبير عن رأيهم فى الأحداث المختلفة بكامل الحرية دون قيود مفروضة عليهم ودون الخوف من أى عقاب من أى جهة. حيث وفر الفيس بوك ومواقع التواصل الاجتماعي الأخرى ما يعرف بمصطلح السياسة الافتراضية، وهى الوسائل والآليات المختلفة التى أتاحتها ومكنت المستخدمين لها وخاصة من طلاب الجامعات من التعبير عن آرائهم ومطالبهم .

الأمريكي عينة الدراسة على التقارير الإخبارية الموجودة على الانترنت لمعرفة الأخبار والقضايا السياسية وانصرافهم عن متابعتها على مواقع التلفزيون وما لذلك من أثار على الحقائق الخاصة بالمضمون والبنية المعرفية وردود أفعال أطراف الصراعات السياسية.

٤- احتلت عبارة اتابع صور الحملات الانتخابية بدافع الفضول الترتيب الرابع بالنسبة لاستخدام الصورة بصفتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو عبارة اتابع صور الحملات الانتخابية بدافع الفضول؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٠١٥ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق "

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة William P. Eveland (٢٠١١)^(٨٤) والتي أكدت تفضيل المبحوثين لاستخدام صفحات الويب الإخبارية على الانترنت يرجع إلى فضولهم الزائد للتعرف على الأحداث، و سهولة التحكم بتصفحها أكثر من استخدامها بشكل (مطبوع)

وتعكس هذه النتيجة : زيادة دافع الفضول لدى المبحوثين عينة الدراسة تجاه استخدام الصور على الفيس بوك ومتابعتها، ويرى الباحث أن ذلك نتيجة طبيعية تتلاءم مع الفئة العمرية للطلاب عينة الدراسة ففي تلك المرحلة العمرية يزيد فضول الشباب في متابعة الأحداث السياسية. ٥- احتلت عبارة لتكوين آراء جديدة حول احداث الحملات الانتخابية لرئاسة الجمهورية الترتيب الخامس بالنسبة لاستخدام الصورة بصفتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨، وقد

٢- احتلت عبارة أتابع صور الكاريكاتير والكوميكس للتسلية والترفيه الترتيب الثاني بالنسبة لاستخدام الصورة بصفتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو عبارة أتابع صور الكاريكاتير والكوميكس للتسلية والترفيه ، حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٠٧٢ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق "

وتعكس هذه النتيجة : أن غالبية المبحوثين اعتادوا على متابعة الكاريكاتير والكوميكس لما يتيح لهم نوعاً من الإشباع والفكاهة تجاه التغطية الانتخابية ، فدائماً ما يتابعون الكاريكاتير والكوميكس كأشكال ساخرة من الأحداث والأشخاص، مما يتسبب في تبسيط المعلومات بما يتناسب ومقدار فهمهم.

٣- احتلت عبارة للتعرف على آخر المستجدات بشأن حملات الانتخابات الرئاسية الترتيب الثالث بالنسبة لاستخدام الصورة بصفتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو عبارة للتعرف على آخر المستجدات بشأن حملات الانتخابات الرئاسية ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٥٠ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق "

-وتتفق هذه النتيجة مع دراسة William P. Eveland (٢٠١٤)^(٨٣) والتي توصلت إلى اعتماد الشباب

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة حمزة خليل^(٨٥) بأن استخدام الشباب للمواقع الاجتماعية والمواقع الإخبارية يساعدهم على متابعة آخر المستجدات السياسية.

٥- اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو الصورة بصفتي المرشحين

ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو عبارة لتكوين آراء جديدة حول أحداث الحملات الانتخابية لرئاسة الجمهورية ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٤٧ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق "

جدول رقم (٣١) يوضح اتجاه الجمهور نحو الصورة بصفتي المرشحين

كا ^٢	معارض		محايد		مؤيد		النوع	درجة الموافقة الاتجاه نحو الصورة
	%	ك	%	ك	%	ك		
١.٥٠ غير دالة	٥٢.٩	٩	٣٦.٤	٨	٤٩.٧	٧١	ذكور	تنقل لنا الأخبار والقصص حال وقوعها من مسافات بعيدة دون عائق
	٤٧.١	٨	٦٣.٦	١٤	٥٠.٣	٧٢	إناث	
	١٠٠	١٧	١٠٠	٢٢	١٠٠	١٤٣	الإجمالي	
٠.٦٠٣ غير دالة	٤٠.٠	٨	٤٧.٨	١١	٤٩.٣	٦٨	ذكور	تساعدني الصورة علي الانتباه للخبر وما يحويه من أحداث
	٦٠.٠	١٢	٥٢.٢	١٢	٥٠.٧	٧٠	إناث	
	١٠٠	٢٠	١٠٠	٢٣	١٠٠	١٣٨	الإجمالي	
٠.١٨٩ غير دالة	٤٣.٨	٧	٤٧.٤	١٨	٤٩.٢	٦٣	ذكور	توثق الصورة معلومات النص المصاحب لها
	٥٦.٢	٩	٥٢.٦	٢٠	٥٠.٨	٦٥	إناث	
	١٠٠	١٦	١٠٠	٣٨	١٠٠	١٢٨	الإجمالي	
٠.٢٠٧ غير دالة	٥٠.٠	٦	٥١.٢	٢١	٤٧.٣	٦١	ذكور	تساعدني علي إدراك ما يدور من أحداث في العالم المحيط بي
	٥٠.٠	٦	٤٨.٨	٢٠	٥٢.٧	٦٨	إناث	
	١٠٠	١٢	١٠٠	٤١	١٠٠	١٢٩	الإجمالي	
١.٢١ غير دالة	٥٠.٠	٩	٤٠.٠	١٤	٥٠.٤	٦٥	ذكور	تتيح لي الصورة علي صفحة المرشحين التفاعلية مع الحملات الانتخابية
	٥٠.٠	٩	٦٠.٠	٢١	٤٩.٦	٦٤	إناث	
	١٠٠	١٨	١٠٠	٣٥	١٠٠	١٢٩	الإجمالي	
١.٦١ غير دالة	٣٣.٣	٤	٤٨.٩	٢٢	٤٩.٦	٦٢	ذكور	تساعدني علي تذكر تفاصيل المنشور "البوست"
	٦٦.٧	٨	٥١.١	٢٣	٥٠.٤	٦٣	إناث	
	١٠٠	١٢	١٠٠	٤٥	١٠٠	١٢٥	الإجمالي	

في العالم المحيط بي ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٢٠٧ وهي أصغر من قيمة كا^١ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق "

٤- احتلت عبارة تتيح لي الصورة علي صفحة المرشحين التفاعلية مع الحملات الانتخابية الترتيب الثالث مكرر بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو الصورة بصفتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو عبارة تتيح لي الصورة علي صفحة المرشحين التفاعلية مع الحملات الانتخابية ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ١.٢١ وهي أصغر من قيمة كا^١ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق "

وتتقارب مع ما توصلت له دراسة Deborah S. Chung وآخرون ٢٠٠٩^(٨٦) عن وجود علاقة ارتباطية قوية بين درجة ارتياح وثقه ورضا المستخدمين عن المواقع وتنوع الخدمات التفاعلية التي يعتمد عليها الموقع .

٥- احتلت عبارة توثق الصورة معلومات النص المصاحب لها الترتيب الخامس بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو الصورة بصفتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو عبارة توثق الصورة معلومات النص المصاحب لها؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ١.٢١ وهي أصغر من قيمة كا^١ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى

من تحليل بيانات الجدول رقم (٣١) يتضح ما يلي :

١- احتلت عبارة تنقل لنا الأخبار والقصص حال وقوعها من مسافات بعيدة دون عائق الترتيب الأول بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو الصورة بصفتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو تنقل لنا الأخبار والقصص حال وقوعها من مسافات بعيدة دون عائق؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ١.٥٠ وهي أصغر من قيمة كا^١ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق " .

٢- احتلت عبارة تساعدني الصورة علي الانتباه للخبر وما يحويه من أحداث الترتيب الثاني بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو الصورة بصفتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو عبارة تساعدني الصورة علي الانتباه للخبر وما يحويه من أحداث؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٦٠٣ وهي أصغر من قيمة كا^١ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق "

٣- احتلت عبارة تساعدني الصورة علي إدراك ما يدور من أحداث في العالم المحيط بي الترتيب الثالث بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو الصورة بصفتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو عبارة تساعدني الصورة علي إدراك ما يدور من أحداث

معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق".

٦- احتلت عبارة تساعدني علي تذكر تفاصيل المنشور "البوست" الترتيب السادس بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو الصورة بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو عبارة تساعدني علي تذكر

تفاصيل المنشور "البوست"؛ حيث بلغت قيمة كاً^٢ ١.٢١ وهي أصغر من قيمة كاً^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق".

٦- اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو وظائف الصورة بصفحتي المرشحين

جدول رقم (٣٢) يوضح اتجاه الجمهور نحو وظائف الصورة بصفحتي المرشحين

كاً ^٢	معارض		محايد		مؤيد		النوع	درجة الموافقة الاتجاه نحو وظائف الصورة
	%	ك	%	ك	%	ك		
١.٥٠ غير دالة	٥٢.٩	٩	٣٦.٤	٨	٤٩.٧	٧١	ذكور	تؤدي الصورة وظيفة إخبارية من خلال توصيل المعلومة للجمهور بصفحتي المرشحين
	٤٧.١	٨	٦٣.٦	١٤	٥٠.٣	٧٢	إناث	
	١٠٠	١٧	١٠٠	٢٢	١٠٠	١٤٣	الإجمالي	
٠.٥٨١ غير دالة	٤٠.٩	٩	٤٧.٨	١١	٤٩.٦	٦٨	ذكور	الصورة نشاط اتصالي هادف
	٥٩.١	١٣	٥٢.٢	١٢	٥٠.٤	٦٩	إناث	
	١٠٠	٢٢	١٠٠	٢٣	١٠٠	١٣٧	الإجمالي	
٠.٧٢٠ غير دالة	٤١.٧	١٠	٤٣.٨	٧	٥٠.٠	٧١	ذكور	تغطي الصورة احداث الحملات الانتخابية حال وقوعها
	٥٨.٣	١٤	٥٦.٢	٩	٥٠.٠	٧١	إناث	
	١٠٠	٢٤	١٠٠	١٦	١٠٠	١٤٢	الإجمالي	
١.٤٩ غير دالة	٣٦.٤	٨	٥٢.٢	١٢	٤٩.٦	٦٨	ذكور	تشرح الصورة الخبر كاملا بصفحتي المرشحين
	٣٦.٦	١٤	٤٧.٨	١١	٥٠.٤	٦٩	إناث	
	١٠٠	٢٢	١٠٠	٢٣	١٠٠	١٣٧	الإجمالي	
٠.٩٦٨ غير دالة	٤٤.٧	٢١	٤٠.٠	٦	٥٠.٨	٦١	ذكور	تعمل الصورة علي حشد وتوجيه الجمهور نحو مرشح
	٥٥.٣	٢٦	٦٠.٠	٩	٤٩.٢	٥٩	إناث	
	١٠٠	٤٧	١٠٠	١٥	١٠٠	١٢٠	الإجمالي	
٠.٤٢٢ غير دالة	٤٣.٩	١٨	٥٠.٠	١٧	٤٩.٥	٥٣	ذكور	تعمل الصورة علي بناء روابط وحلقات وصل مع القراء
	٥٦.١	٢٣	٥٠.٠	١٧	٥٠.٥	٥٤	إناث	
	١٠٠	٤١	١٠٠	٣٤	١٠٠	١٠٧	الإجمالي	
٠.٠٣٩ غير دالة	٤٦.٩	١٥	٤٨.٠	١٢	٤٨.٨	٦١	ذكور	تؤدي الصورة وظيفة جمالية كونها عمل فني يستوقف النظر
	٥٣.١	١٧	٥٢.٠	١٣	٥١.٢	٦٤	إناث	
	١٠٠	٣٢	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٢٥	الإجمالي	

درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .

٤- احتلت عبارة تشرح الصورة الخبر كاملا بصفحتي المرشحين هادف الترتيب الثالث مكرر بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو الصورة بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو تشرح الصورة الخبر كاملا بصفحتي المرشحين؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ١.٤٩ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .

٥- احتلت عبارة تؤدي الصورة وظيفة جمالية كونها عمل فني يستوقف النظر الترتيب الخامس بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو الصورة بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو تؤدي الصورة وظيفة جمالية كونها عمل فني يستوقف النظر؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٠٣٩ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .

٦- احتلت عبارة تعمل الصورة علي حشد وتوجيه الجمهور نحو مرشح الترتيب السادس بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو الصورة بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو تعمل الصورة علي حشد وتوجيه الجمهور نحو مرشح ؛ حيث بلغت قيمة

من تحليل بيانات الجدول رقم (٣٢) يتضح ما يلي :

١- احتلت عبارة تؤدي الصورة وظيفة إخبارية من خلال توصيل المعلومة للجمهور بصفحتي المرشحين الترتيب الأول بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو الصورة بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو تؤدي الصورة وظيفة إخبارية من خلال توصيل المعلومة للجمهور بصفحتي المرشحين؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ١.٥٠ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .

٢- احتلت عبارة تغطي الصورة أحداث الحملات الانتخابية حال وقوعها الترتيب الثاني بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو الصورة بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو تغطي الصورة أحداث الحملات الانتخابية حال وقوعها، حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٧٢٠ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .

٣- احتلت عبارة الصورة نشاط اتصالي هادف الترتيب الثالث بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو الصورة بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو الصورة نشاط اتصالي هادف ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٥٨١ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت

بين النوع والاتجاهات نحو تعمل الصورة علي بناء روابط وحلقات وصل مع القراء ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٤٢٢ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق " .

٧- الصورة التي تثير التعاطف مع أحد المرشحين في الانتخابات الرئاسية

كا^٢ ٠.٩٦٨ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق " .

٧- احتلت عبارة تعمل الصورة علي بناء روابط وحلقات وصل مع القراء الترتيب السادس بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو الصورة بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ،

وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية

جدول رقم (٣٣) الصورة التي تثير التعاطف مع أحد المرشحين

كا ^٢	معارض		محايد		مؤيد		النوع	درجة الموافقة الاتجاه نحو الصور التي تثير التعاطف
	%	ك	%	ك	%	ك		
٠.٣٣٤ غير دالة	٥٠.٠	٣	٤٢.١	٨	٤٩.٠	٧٧	ذكور	صور جنازات الشهداء الجماعية
	٥٠.٠	٣	٥٧.٩	١١	٥١.٠	٨٠	إناث	
	١٠٠	٦	١٠٠	١٩	١٠٠	١٥٧	الإجمالي	
٠.٢٣١ غير دالة	٤٥.٠	٩	٤٥.٠	٩	٤٩.٣	٧٠	ذكور	صور المصابين من رجال الجيش والشرطة
	٥٥.٠	١١	٥٥.٠	١١	٥٠.٧	٧٢	إناث	
	١٠٠	٢٠	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٤٢	الإجمالي	
٠.٤٢٠ غير دالة	٤٤.٠	١١	٤٣.٨	٧	٤٩.٦	٧٠	ذكور	صور الاعتداء علي دور العبادات (كنائس ومساجد)
	٥٦.٠	١٤	٥٦.٢	٩	٥٠.٤	٧١	إناث	
	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٦	١٠٠	١٤١	الإجمالي	
١.٤٤ غير دالة	٣٦.٤	٨	٥٠.٠	١١	٥٠.٠	٦٩	ذكور	صور العنف والتخريب للجماعات المتطرفة
	٣٦.٦	١٤	٥٠.٠	١١	٥٠.٠	٦٩	إناث	
	١٠٠	٢٢	١٠٠	٢٢	١٠٠	١٣٨	الإجمالي	
١.٣٥ غير دالة	٤٠.٧	١١	٤٠.٠	٦	٥٠.٧	٧١	ذكور	صور الانجازات التي تحققت في المشروعات القومية
	٥٩.٣	١٦	٦٠.٠	٩	٤٩.٣	٦٩	إناث	
	١٠٠	٢٧	١٠٠	١٥	١٠٠	١٤٠	الإجمالي	
٠.٠١٧ غير دالة	٤٧.١	٨	٤٧.٨	١١	٤٨.٦	٦٩	ذكور	صور الحشد والتعبئة للجماهير إزاء مرشح
	٥٢.٩	٩	٥٢.٢	١٢	٥١.٤	٧٣	إناث	
	١٠٠	١٧	١٠٠	٢٣	١٠٠	١٤٢	الإجمالي	
٠.٧٢٤ غير دالة	٤١.٢	٧	٤٣.٥	١٠	٥٠.٠	٧١	ذكور	صور أسر الشهداء (الآباء - الأمهات - الأطفال)
	٥٨.٨	١٠	٥٦.٥	١٣	٥٠.٠	٧١	إناث	
	١٠٠	١٧	١٠٠	٢٣	١٠٠	١٤٢	الإجمالي	

من تحليل بيانات الجدول رقم (٣٣) يتضح ما يلي: الجماعية الترتيب الأول بالنسبة للصور التي

١- احتلت عبارة صور جنازات الشهداء تثير تعاطف المبحوثين مع أحد المرشحين ، وقد

درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .

٥- احتلت عبارة صور الاعتداء علي دور العبادات (كنائس ومساجد) الترتيب الخامس بالنسبة للصور التي تثير تعاطف المبحوثين مع أحد المرشحين ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع صور الاعتداء علي دور العبادات (كنائس ومساجد) ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٤٢٠ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .

٦- احتلت عبارة صور الانجازات التي تحققت في المشروعات القومية الترتيب السادس بالنسبة للصور التي تثير تعاطف المبحوثين مع أحد المرشحين ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وصور الانجازات التي تحققت في المشروعات القومية ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ١.٣٥ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .

٧- احتلت عبارة صور العنف والتخريب للجماعات المتطرفة الترتيب السادس بالنسبة للصور التي تثير تعاطف المبحوثين مع أحد المرشحين ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وصور العنف والتخريب للجماعات المتطرفة ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ١.٤٤ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب

ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع صور جنازات الشهداء الجماعية ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٣٣٤ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .

٢- احتلت عبارة صور المصابين من رجال الجيش والشرطة الترتيب الثاني بالنسبة للصور التي تثير تعاطف المبحوثين مع أحد المرشحين ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وصور المصابين من رجال الجيش والشرطة ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٢٣١ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .

٣- احتلت عبارة صور أسر الشهداء (الآباء - الأمهات - الأطفال) الترتيب الثاني مكرر بالنسبة للصور التي تثير تعاطف المبحوثين مع أحد المرشحين ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وصور أسر الشهداء (الآباء - الأمهات - الأطفال) ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٧٢٤ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .

٤- احتلت عبارة صور الحشد والتعبئة للجماهير إزاء مرشح الترتيب الثاني مكرر بالنسبة للصور التي تثير تعاطف المبحوثين مع أحد المرشحين ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وصور الحشد والتعبئة للجماهير إزاء مرشح ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٠١٧ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت

للعبارة " موافق " .
وتتقارب هذه النتائج مع ما توصلت له دراسة
أيناس أبو يوسف (٢٠٠١) ^(٨٧)، فقد احتلت صور
الشهداء الترتيب الأول لأكثر الصور الإعلامية
المنطبعة عن الانتفاضة
الفلسطينية لدي النشء ، تلاها صور المصابين
في الترتيب الثاني ، ثم صور الجنازات الجماعية
في الترتيب الثالث .
٨- التفاعل مع صور التغطية الانتخابية
بصفحتي المرشحين

جدول رقم (٣٤) يوضح اتجاه الجمهور نحو التفاعل مع الصور بصفحتي المرشحين

كأ	معارض		محايد		مؤيد		النوع	درجة الموافقة التفاعل مع صور التغطية الانتخابية
	%	ك	%	ك	%	ك		
٠.٩١٤ غير دالة	٤٧.٢	١٧	٣٧.٥	٦	٥٠.٠	٦٥	ذكور	أهتم بقراءة العنوان المكتوب على الصورة
	٥٢.٨	١٩	٦٢.٥	١٠	٥٠.٠	٦٥	إناث	
	١٠٠	٣٦	١٠٠	١٦	١٠٠	١٧٠	الإجمالي	
٠.١٠ غير دالة	٥٠.٠	٢٧	٤٨.٣	٢٩	٤٧.١	٣٢	ذكور	أشاهد فقط الصور على صفحتي المرشحين
	٥٠.٠	٢٧	٥١.٧	٣١	٥٢.٩	٣٦	إناث	
	١٠٠	٥٠	١٠٠	٦٠	١٠٠	٦٨	الإجمالي	
٠.٧٢٩ غير دالة	٥١.٢	٢١	٥٢.٥	٢١	٤٥.٥	٤٦	ذكور	أكفني بعمل لايك" بالإعجاب" بالصورة
	٤٨.٨	٢٠	٤٧.٥	١٩	٥٤.٥	٥٥	إناث	
	١٠٠	٤١	١٠٠	٤٠	١٠٠	١٠١	الإجمالي	
١.١٦٥ غير دالة	٤١.٣	١٩	٤٣.٦	١٧	٥٣.٦	٥٢	ذكور	أقوم بالتعليق على الصورة
	٥٨.٧	٢٧	٥٦.٤	٢٢	٤٦.٤	٤٥	إناث	
	١٠٠	٤٦	١٠٠	٣٩	١٠٠	٩٧	الإجمالي	
٦.٠٣ دالة	٦٠.٠	١٥	٤٨.٣	٢٨	٤٥.٥	٤٥	ذكور	أقوم بمشاركة الصور والفيديوهات على صفحتي الشخصية
	٤٠.٠	١٠	٥١.٧	٣٠	٥٤.٥	٥٤	إناث	
	١٠٠	٢٥	١٠٠	٥٨	١٠٠	٩٩	الإجمالي	
٣.٤٣ غير دالة	٣٦.٨	١٤	٤٥.٧	٢١	٥٤.١	٥٣	ذكور	أعبر عن رأيي تجاه صور الأحداث السياسية عن طريق مناقشة الآخرين في التعليقات
	٦٣.٢	٢٤	٥٤.٣	٢٥	٤٥.٩	٤٥	إناث	
	١٠٠	٣٨	١٠٠	٤٦	١٠٠	٩٨	الإجمالي	
٠.٣٤٢ غير دالة	٥٣.٣	٨	٤٤.٠	١١	٤٨.٦	٦٩	ذكور	عندما أشاهد الروابط الخاصة بالصورة أقوم بفتحها
	٤٦.٧	٧	٥٦.٠	١٤	٥١.٤	٧٣	إناث	
	١٠٠	١٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٤٢	الإجمالي	
١.٥٨ غير دالة	٣٧.٥	٩	٥٢.٣	٣٤	٥٠.٠	٤٥	ذكور	أقوم بمشاركة روابط الصور التي تعرض الأحداث الهامة فقط.
	٦٢.٥	١٥	٤٧.٧	٣١	٥٠.٠	٤٥	إناث	
	١٠٠	٢٤	١٠٠	٦٥	١٠٠	٩٠	الإجمالي	

١- احتلت عبارة أهتم بقراءة العنوان المكتوب على صور التفاعل مع الصور بصفحتي مرشحي
من تحليل بيانات الجدول رقم (٣٤) يتضح ما يلي: الصورة الترتيب الأول بالنسبة لاتجاه الجمهور

والاتجاهات نحو عبارة أكتفى بعمل لايك "بالإعجاب"؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٧٢٩ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .

٤- احتلت عبارة أقوم بمشاركة الصور والكاريكاتير على صفحتي الشخصية بالصورة الترتيب الرابع بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو التفاعل مع الصور بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو أقوم بمشاركة الصور والكاريكاتير على صفحتي الشخصية ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٦.٠٣ وهي أكبر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .

وهو ما يمكن تفسيره : ان تميز صفحتا مرشحي الرئاسة المصرية بمميزات تفاعلية جعل هناك سهولة في مشاركة الصور

أو ربط الصورة برابط إلكتروني يحتوى على تفاصيل أكثر للحدث.

٥- احتلت عبارة أعبر عن رأيي تجاه صور الأحداث السياسية عن طريق مناقشة الآخرين في التعليقات الترتيب الخامس بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو التفاعل مع الصور بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع أعبر عن رأيي تجاه صور الأحداث السياسية عن طريق مناقشة الآخرين في التعليقات ؛ حيث بلغت قيمة

الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو أهتم بقراءة العنوان المكتوب على الصورة بصفحتي المرشحين؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٩١٤ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .

وهو ما يمكن تفسيره ، أن أغلبية المبحوثين يهتمون بقراءة العنوان، في حين الأقلية لا يهتمون بعنوان الصورة لتميزها في نقل الحدث ولقدرتها على إبراز الفكرة، مما يجعله في حالة من الاستغناء عن قراءة العنوان المقترن بها .

٢- احتلت عبارة عندما أشاهد الروابط الخاصة بالصورة أقوم بفتحها الترتيب الثاني بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو التفاعل مع الصور بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والاتجاهات نحو عبارة عندما أشاهد الروابط الخاصة بالصورة أقوم بفتحها ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٣٤٢ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .

٣- احتلت عبارة أكتفى بعمل لايك" بالإعجاب" بالصورة الترتيب الثالث بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو التفاعل مع الصور بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع

بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وعبارة أقوم بمشاركة روابط الصور التي تعرض الأحداث الهامة فقط؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ١.٥٨ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥، وكان الاتجاه الغالب للعبارة "موافق".

و تتقارب هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة هند حجازي (٢٠١٦)^(٨٩) والتي أكدت علي وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدام المواقع الإخبارية للتقنيات الحديثة والنصوص الفائقة وبين كثافة تعرض المبحوثين لها، كما كشفت أن أغلبية المبحوثين يستخدمون تلك التقنيات في معرفة تفاصيل الأحداث.

٨- احتلت عبارة أشاهد فقط الصور علي صفحتي المرشحين الترتيب الثامن بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو التفاعل مع الصور بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وعبارة أشاهد فقط الصور علي صفحتي المرشحين؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.١٠ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥، وكان الاتجاه الغالب للعبارة "موافق".

٩- أثر الصورة علي فهم الحدث الانتخابي لدي المبحوثين

كا^٢ ٣.٤٣ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥، وكان الاتجاه الغالب للعبارة "موافق".

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة هوفمان Hoffman (٢٠٠٨)^(٨٨) والتي أكدت علي أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل علي مفهوم الجماعة عن طريق فيس بوك الذي يساهم في بناء طريق جديد ومباشر لإقامة حوار بين أعضاء Facebook الجماعة، علي خلاف الاعتماد علي وسائط تقليدية في التفاعل الاجتماعي المباشر.

٦- احتلت عبارة أقوم بالتعليق علي الصورة الترتيب السادس بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو التفاعل مع الصور بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وعبارة أقوم بالتعليق علي الصورة؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ١.١٦٥ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥، وكان الاتجاه الغالب للعبارة "موافق".

وهو ما يمكن تفسيره: أن إدراك المبحوثين لمحتوى الصورة يدفع لتحليل أجزائها وإعادة تأليفها بالعقل، مما يؤدي للتفاعل والتعليق عليها.

٧- احتلت عبارة أقوم بمشاركة روابط الصور التي تعرض الأحداث الهامة فقط الترتيب السابع بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو التفاعل مع الصور

جدول رقم (٣٥) يوضح أثر الصورة علي فهم الحدث لدي المبحوثين

ك	معارض		محايد		مؤيد		النوع	درجة الموافقة أثر الصورة علي فهم الحدث
	%	ك	%	ك	%	ك		
٣.٣٠ غير دالة	٧١.٤	١٠	٤٤.٤	١٦	٤٧.٠	٦٢	ذكور	تكرار عرض صور الأحداث الانتخابية يجعلني أكثر فهماً لها.
	٢٨.٦	٤	٥٥.٦	٢٠	٥٣.٠	٧٠	إناث	
	١٠٠	١٤	١٠٠	٣٦	١٠٠	١٣٢	الإجمالي	
٠.٠٥٩ غير دالة	٤٧.٨	١١	٥٠.٠	٢١	٤٧.٩	٥٦	ذكور	أفهم الصورة الغير مصحوبة بعنوان
	٥٢.٢	١٢	٥٠.٠	٢١	٥٢.١	٦١	إناث	
	١٠٠	٢٣	١٠٠	٤٢	١٠٠	١١٧	الإجمالي	
١.٥٧ غير دالة	٣٩.٥	١٥	٥٣.٨	٧	٥٠.٤	٦٦	ذكور	أفهم الصورة التي تتفق مع توجهي السياسي لأحد المرشحين أكثر
	٦٠.٥	٢٣	٤٦.٢	٦	٤٩.٦	٦٥	إناث	
	١٠٠	٣٨	١٠٠	١٣	١٠٠	١٣١	الإجمالي	
٥.٦٦ غير دالة	٧٣.٧	١٤	٥٠.٠	١١	٤٤.٧	٦٣	ذكور	الصورة ذات الحجم الكبير تساعدني على الفهم أكثر من الصورة ذات الحجم الصغير
	٢٦.٣	٥	٥٠.٠	١١	٥٥.٣	٧٨	إناث	
	١٠٠	١٩	١٠٠	٢٢	١٠٠	١٤١	الإجمالي	
٠.٥٦١ غير دالة	٤١.٢	٧	٤٤.٤	٨	٤٩.٧	٧٣	ذكور	الصورة الملونة تجعلني أفهم الحدث الانتخابي أكثر من الصورة ابيض واسود
	٥٨.٨	١٠	٥٥.٦	١٠	٥٠.٣	٧٤	إناث	
	١٠٠	١٧	١٠٠	١٨	١٠٠	١٤٧	الإجمالي	
٠.٩٠٦ غير دالة	٤١.٢	١٤	٥٣.٨	٧	٤٩.٦	٦٧	ذكور	الصورة المصحوبة بتعليق أو ضمن بوست تجعلني أفهم الحدث الانتخابي أكثر من الصورة بدون تعليق
	٥٨.٨	٢٠	٤٦.٢	٦	٥٠.٤	٦٨	إناث	
	١٠٠	٣٤	١٠٠	١٣	١٠٠	١٣٥	الإجمالي	
٣.٦٨ غير دالة	٣٤.٤	١١	٤٤.٠	١١	٥٢.٨	٦٦	ذكور	الصورة المتحركة (الفيديو) تجعلني أفهم الحدث الانتخابي أكثر من الصورة الثابتة
	٦٥.٦	٢١	٥٦.٠	١٤	٤٧.٢	٥٩	إناث	
	١٠٠	٣٢	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٢٥	الإجمالي	
٠.٢٠٧ غير دالة	٤٤.٤	٨	٤٦.٢	١٢	٤٩.٣	٦٨	ذكور	صور الكاريكاتير والكوميس تجعلني أفهم الحدث الانتخابي أكثر من الصورة الموضوعية
	٥٥.٦	١٠	٥٣.٨	١٤	٥٠.٧	٧٠	إناث	
	١٠٠	١٨	١٠٠	٢٦	١٠٠	١٣٨	الإجمالي	
٠.٤٩٧ غير دالة	٤١.٧	١٠	٥٠.٠	٦	٤٩.٣	٧٢	ذكور	استخدام الصور الملتقطة بالكاميرا يجعلني أفهم الحدث الانتخابي أكثر من الصورة المرسومة باليد
	٥٠.٣	١٤	٥٠.٠	٦	٥٠.٧	٧٤	إناث	
	١٠٠	٢٤	١٠٠	١٢	١٠٠	١٤٦	الإجمالي	

الترتيب الأول بالنسبة لاتجاه المبحوثين نحو أثر الصورة علي فهم الحدث الانتخابي بصفتي مرشحي الانتخابات الرئاسية ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وعبارة

من تحليل بيانات الجدول رقم (٣٥) يتضح ما يلي :

١- احتلت عبارة الصورة الملونة تجعلني أفهم الحدث الانتخابي أكثر من الصورة ابيض واسود

- الصورة الملونة تجعلني أفهم الحدث الانتخابي أكثر من الصورة أبيض وأسود ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٥٦١ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .
- ٢- احتلت عبارة استخدام الصور الملنطة بالكاميرا يجعلني أفهم الحدث الانتخابي أكثر من الصورة المرسومة باليد الترتيب الثاني بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو أثر الصورة علي فهم الحدث الانتخابي بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وعبارة استخدام الصور الملنطة بالكاميرا يجعلني أفهم الحدث الانتخابي أكثر من الصورة المرسومة باليد ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٧٩٤ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .
- ٣- احتلت عبارة الصورة ذات الحجم الكبير تساعدني على الفهم أكثر من الصورة ذات الحجم الصغير الترتيب الثالث بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو أثر الصورة علي فهم الحدث الانتخابي بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وعبارة الصورة ذات الحجم الكبير تساعدني على الفهم أكثر من الصورة ذات الحجم الصغير ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٥.٦٦ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه
- الغالب للعبارة " موافق" .
- ٤- احتلت عبارة صور الكاريكاتير والكوميس تجعلني أفهم الحدث الانتخابي أكثر من الصورة الموضوعية الترتيب الرابع بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو أثر الصورة علي فهم الحدث الانتخابي بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وصور الكاريكاتير والكوميس تجعلني أفهم الحدث الانتخابي أكثر من الصورة الموضوعية ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٢٠٧ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .
- ٥- احتلت عبارة الصورة المصحوبة بتعليق أو ضمن بوست تجعلني أفهم الحدث الانتخابي أكثر من الصورة بدون تعليق الترتيب الخامس بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو أثر الصورة علي فهم الحدث الانتخابي بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والصورة المصحوبة بتعليق أو ضمن بوست تجعلني أفهم الحدث الانتخابي أكثر من الصورة بدون تعليق ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٩٠٦ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .
- ٦- احتلت عبارة تكرار عرض صور الأحداث الانتخابية يجعلني أكثر فهمًا لها الترتيب السادس

أثر الصورة علي فهم الحدث الانتخابي بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع والصورة المتحركة (الفيديو) تجعلني أفهم الحدث الانتخابي أكثر من الصورة الثابتة ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٣.٦٨ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق " .

وتتقارب هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة Dimitrova ديميتروفا (٢٠٠٦)^(٩١) من أن الصورة الفوتوغرافية الثابتة تجعل القارئ شاهد علي الحدث ، أما الصورة المتحركة (الفيديو) فإنها توضح أين وكيف تجري الأحداث السياسية ؟ فضلا عن أنها تقدم المعلومات الأساسية عن القوي والأطراف المعنية في الحدث

٩- احتلت عبارة أفهم الصورة الغير مصحوبة بعنوان الترتيب التاسع بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو أثر الصورة علي فهم الحدث الانتخابي بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وفهم الصورة الغير مصحوبة بعنوان ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٠٥٩ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق " .

١٠- اتجاهات الجمهور نحو تغطية الصورة بصفحتي مرشحي الرئاسة علي الفيس بوك للانتخابات الرئاسية بمصر

بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو أثر الصورة علي فهم الحدث الانتخابي بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وتكرار عرض صور الأحداث الانتخابية يجعلني أكثر فهماً لها؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٣.٣٠ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق " .

وهو ما يمكن تفسيره : من أن الصورة تساهم بشكل كبير في مساعدة المبحوثين على فهم الأحداث، وتتقارب هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة C.Shaddock & P.Boechler (٢٠٠٤)^(٩٠) من أن التصميم الفعال للرسالة و الذي يعتمد أكثر على مثيرات بصرية هو الذي يجذب انتباه المتلقى بشكل كبير ويساعده على الفهم.

٧- احتلت عبارة أفهم الصورة التي تتفق مع توجهي السياسي لأحد المرشحين أكثر الترتيب السابع بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو أثر الصورة علي فهم الحدث الانتخابي بصفحتي مرشحي الانتخابات الرئاسية ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وفهم الصورة التي تتفق مع توجهي السياسي لأحد المرشحين أكثر؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ١.٥٧ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق " .

٨- احتلت عبارة الصورة المتحركة (الفيديو) تجعلني أفهم الحدث الانتخابي أكثر من الصورة الثابتة الترتيب الثامن بالنسبة لاتجاه الجمهور نحو

واتفق الباحثون علي وجود ثلاثة مكونات أو أبعاد للاتجاه (المكون الوجداني - المكون السلوكي - المكون المعرفي)
١/١٠ الاتجاهات المعرفية لأثر الصورة بصفتي مرشحي الرئاسة علي المبحوثين

تعد الاتجاهات ذات صلة وثيقة بحياة الإنسان وبأفكاره وقيمه وثقافته وسلوكه، لكل إنسان اتجاهاته الخاصة به نحو القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها من القضايا وقد عرف بوجاردوس BOGARDUS الاتجاه بأنه نزعة للتصرف سواء إيجابياً أو سلبياً نحو وضع ما في البيئة التي تحدد قيماً إيجابية أو سلبية لهذا التصرف^(٩٢)

جدول رقم (٣٦) يوضح الاتجاهات المعرفية لأثر الصورة علي المبحوثين

كا ^٢	معارض		محايد		مؤيد		النوع	درجة الموافقة الاتجاهات المعرفية
	%	ك	%	ك	%	ك		
٠.٦٦٣ غير دالة	٤٠.٠	٨	٤٧.٤	٩	٤٩.٧	٧١	ذكور	أعرف من خلالها نشاط الحملة الانتخابية
	٦٠.٠	١٢	٥٢.٦	١٠	٥٠.٣	٧٢	إناث	
	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٩	١٠٠	١٤٣	الإجمالي	
١.٠٣٧ غير دالة	٥٧.١	١٦	٤٧.٨	١١	٤٦.٦	٦١	ذكور	أشعر بأنها أكثر مصداقية من الوسائل الأخرى
	٤٢.٩	١٢	٥٢.٢	١٢	٥٣.٤	٧٠	إناث	
	١٠٠	٢٨	١٠٠	٢٣	١٠٠	١٣١	الإجمالي	
٠.٢٥٤ غير دالة	٤٦.٣	٢٥	٥٣.٨	٧	٤٨.٧	٥٦	ذكور	بالغة التأثير بسبب سرعتها وتعاقبها الشديد للاحداث
	٥٣.٧	٢٩	٤٦.٢	٦	٥١.٣	٥٩	إناث	
	١٠٠	٥٤	١٠٠	١٣	١٠٠	١١٥	الإجمالي	
٤.١٨ غير دالة	٣١.٠	٩	٥٠.٠	١٦	٥٢.١	٦٣	ذكور	أكثر اقتناعا بسبب طبيعتها الحية
	٦٩.٠	٢٠	٥٠.٠	١٦	٤٧.٩	٥٨	إناث	
	١٠٠	٢٩	١٠٠	٣٢	١٠٠	١٢١	الإجمالي	
٠.٥٢٨ غير دالة	٤٢.٩	١٢	٥٤.٥	٦	٤٩.٠	٧٠	ذكور	تساعدني علي الانتباه للمعلومات المقدمة من خلالها
	٥٧.١	١٦	٤٥.٥	٥	٥١.٠	٧٣	إناث	
	١٠٠	٢٨	١٠٠	١١	١٠٠	١٤٣	الإجمالي	

إحصائية بين النوع وعبرة أعرف من خلالها نشاط الحملة الانتخابية ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٦٦٣ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .
٢- احتلت عبارة تساعدني علي الانتباه

من تحليل بيانات الجدول رقم (٣٦) يتضح ما يلي :

١- احتلت عبارة أعرف من خلالها نشاط الحملة الانتخابية الترتيب الأول بالنسبة للاتجاهات المعرفية للصورة علي المبحوثين بالنسبة للعملية الانتخابية ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة

٥- احتلت عبارة بالغة التأثير بسبب سرعتها وتعاقبها الشديد للأحداث الترتيب الرابع بالنسبة للاتجاهات المعرفية للصورة علي المبحوثين بالنسبة للعملية الانتخابية ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وعبارة بالغة التأثير بسبب سرعتها وتعاقبها الشديد للأحداث ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٢٥٤ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق " .

وتتقارب هذه النتائج مع ما توصلت له دراسة أماني أشرف محمد المهدي (٢٠١٧) ^(٩٣) والتي توصلت إلي ارتفاع معدل التماس المبحوثين للمعلومات الساسية من شبكات التواصل الاجتماعي ، وكذلك ارتفاع مستوي التأثيرات الناتجة عن استخدام المبحوثين من الشباب للمعلومات السياسية التي حصلوا عليها من شبكات التواصل الاجتماعي ، حيث تصدرت التأثيرات المعرفية قائمة هذه التأثيرات ، وهو ما توصلت إليه أيضا دراسة إيمان السيد جمعة (٢٠١٦) ^(٩٤) من تصدر الدوافع المعرفية المرتبة الأولى ضمن دوافع التعرض للشبكات الاجتماعية.

٢/١٠ الاتجاهات الوجدانية لأثر الصورة بصفتي مرشحي الرئاسة علي المبحوثين

للمعلومات المقدمة من خلالها الترتيب الأول المكرر بالنسبة للاتجاهات المعرفية للصورة علي المبحوثين بالنسبة للعملية الانتخابية ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وعبارة تساعدي علي الانتباه للمعلومات المقدمة من خلالها ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٥٢٨ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق " .

٣- احتلت عبارة أشعر بأنها أكثر مصداقية من الوسائل الأخرى الترتيب الثالث بالنسبة للاتجاهات المعرفية للصورة علي المبحوثين بالنسبة للعملية الانتخابية ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وعبارة أشعر بأنها أكثر مصداقية من الوسائل الأخرى ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ١.٠٣٧ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق " .

٤- احتلت عبارة أكثر اقناعا بسبب طبيعتها الحية الترتيب الرابع بالنسبة للاتجاهات المعرفية للصورة علي المبحوثين بالنسبة للعملية الانتخابية ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وعبارة أكثر اقناعا بسبب طبيعتها الحية ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٤.١٨ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق " .

جدول رقم (٣٧) يوضح الاتجاهات الوجدانية للصورة علي المبحوثين

ك ^٢	معارض		محايد		مؤيد		نوع	درجة الموافقة
	%	ك	%	ك	%	ك		
٠.٧٦٩	٥٨.٣	٧	٤٦.٢	٦	٤٧.٨	٧٥	ذكور	تشعري بأنني في موقع الحدث
	٤١.٧	٥	٥٣.٨	٧	٥٢.٢	٨٢	إناث	
	١٠٠	١٢	١٠٠	١٣	١٠٠	١٥٧	الإجمالي	
١.٥٧	٣٩.٥	١٥	٥٣.٨	٧	٥٠.٤	٦٦	ذكور	تساعدني علي إدراك المضمون المقدم من خلالها
	٦٠.٥	٢٣	٤٦.٢	٦	٤٩.٦	٦٥	إناث	
	١٠٠	٣٨	١٠٠	١٣	١٠٠	١٣١	الإجمالي	
٠.٨٢٩	٣٧.٥	٦	٥٠.٠	٦	٤٩.٤	٧٦	ذكور	تساعدني علي تذكر المضمون المقدم من خلالها
	٦٢.٥	١٠	٥٠.٠	٦	٥٠.٦	٧٨	إناث	
	١٠٠	١٦	١٠٠	١٢	١٠٠	١٥٤	الإجمالي	
٠.٤٣١	٥١.٣	٢٠	٤٢.١	٨	٤٨.٤	٦٠	ذكور	أشعر بالجابية والمتعة نحو مشاهدتها
	٤٨.٧	١٩	٥٧.٩	١١	٥١.٦	٦٤	إناث	
	١٠٠	٣٩	١٠٠	١٩	١٠٠	١٢٤	الإجمالي	

بين النوع وعبارة تساعدني علي تذكر المضمون المقدم من خلالها ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٨٢٩ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .

٣- احتلت عبارة تساعدني علي إدراك المضمون المقدم من خلالها الترتيب الثالث بالنسبة للاتجاهات الوجدانية للصورة علي المبحوثين ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وعبارة تساعدني علي إدراك المضمون المقدم من خلالها ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ١.٥٧ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .

٤- احتلت عبارة أشعر بالجابية والمتعة نحو

من تحليل بيانات الجدول رقم (٣٧) يتضح ما يلي :

١- احتلت عبارة تشعري بأنني في موقع الحدث الترتيب الأول بالنسبة للاتجاهات الوجدانية للصورة بصفتي مرشحي الرئاسة، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وعبارة تشعري بأنني في موقع الحدث ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٧٦٩ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق" .

٢- احتلت عبارة تساعدني علي تذكر المضمون المقدم من خلالها الترتيب الثاني بالنسبة للاتجاهات الوجدانية للصورة علي المبحوثين ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية

مشاهدتها الترتيب الرابع بالنسبة للاتجاهات الوجدانية للصورة علي المبحوثين ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وعبارة أشعر بالجابية والمتعة نحو مشاهدتها ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٤٣١ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي

تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق " .
١٠ / ٣ الاتجاهات السلوكية لأثر الصورة بصفتي مرشحي الرئاسة علي المبحوثين

جدول رقم (٣٨) يوضح التأثيرات السلوكية للصورة علي المبحوثين

كا ^٢	معارض		محايد		مؤيد		النوع	درجة الموافقة الاتجاهات السلوكية
	%	ك	%	ك	%	ك		
١.٤٨ غير دالة	٥٧.٦	١٩	٤٣.٨	١٤	٤٧.٠	٥٥	ذكور	تتمني لدي روح المشاركة مع الآخرين
	٤٢.٤	١٤	٥٦.٢	١٨	٥٣.٠	٦٢	إناث	
	١٠٠	٣٣	١٠٠	٣٢	١٠٠	١١٧	الإجمالي	
٠.٠٢٠ غير دالة	٤٩.١	٢٨	٤٧.٨	١١	٤٨.٠	٤٩	ذكور	تجعلني اتخذ مواقف واضحة إزاء أحد المرشحين
	٥٠.٩	٢٩	٥٢.٢	١٢	٥٢.٠	٥٣	إناث	
	١٠٠	٥٧	١٠٠	٢٣	١٠٠	١٠٢	الإجمالي	
٠.٣٢ غير دالة	٤٣.٨	٧	٥٠.٧	٣٥	٤٧.٤	٤٦	ذكور	تجعلني أشرك بالإدلاء بصوتي الانتخابي
	٥٦.٢	٩	٤٩.٣	٣٤	٥٢.٦	٥١	إناث	
	١٠٠	١٦	١٠٠	٦٩	١٠٠	٩٧	الإجمالي	
٠.٨٩٩ غير دالة	٥٧.١	١٢	٤٤.١	١٥	٤٨.٠	٦١	ذكور	تمنحي الفرصة للتفاعل مع ما تعرضه من موضوعات
	٤٢.٩	٩	٥٥.٩	١٩	٥٢.٠	٦٦	إناث	
	١٠٠	٢١	١٠٠	٣٤	١٠٠	١٢٧	الإجمالي	

٢- احتلت عبارة تتمني لدي روح المشاركة مع الآخرين الترتيب الثاني بالنسبة للاتجاهات السلوكية للصورة علي المبحوثين ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وعبارة تتمني لدي روح المشاركة مع الآخرين ، حيث بلغت قيمة كا^٢ ١.٤٨ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق " .

٣- احتلت عبارة تجعلني اتخذ مواقف واضحة إزاء أحد المرشحين الترتيب الثالث بالنسبة للاتجاهات السلوكية للصورة علي المبحوثين ، وقد

من تحليل بيانات الجدول رقم (٣٨) يتضح ما يلي :

١- احتلت عبارة تمنحي الفرصة للتفاعل مع ما تعرضه من موضوعات الترتيب الأول بالنسبة للاتجاهات السلوكية للصورة علي المبحوثين ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وعبارة تمنحي الفرصة للتفاعل مع ما تعرضه من موضوعات ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٨٩٩ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوي معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق " .

حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق " .

ثانياً: اختبارات فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للصورة بصفتي المرشحين للرئاسة المصرية ٢٠١٨ وفهمهم للحدث الانتخابي بحسب المتغيرات الديمغرافية (النوع - محل الإقامة - العمر - المستوى الاجتماعي الاقتصادي)

الجزء الأول : النوع

١- العلاقة بين النوع (ذكور - إناث) وفهمهم

للأحداث الانتخابية

جدول (٣٩)

يوضح العلاقة بين النوع (ذكور - إناث) وفهمهم للأحداث الانتخابية باستخدام اختبار T-Test للمعينات المستقلة .

المتغيرات	عدد المبحوثين	الوسيط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية df	مستوى المعنوية
ذكور	٨٨	٦٥.٨٨	٥.١٨	١.٠٦	١٦	٠.٤٦٥
إناث	٩٤	٦٨.٧٧	٦.٢٦			

وتتفق نتيجة هذا الفرض مع ما توصلت له دراسة شيماء أبو الخير ٢٠١٨ بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للصورة وفهمهم للأحداث الجارية .

٢- العلاقة بين محل الإقامة (مدينة - ريف)

وفهمهم للأحداث الانتخابية

ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وعبارة تجعلني اتخذ مواقف واضحة إزاء أحد المرشحين ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٠٢٠ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة حرية ٢ والتي تساوي ٥.٩٩ عند مستوى معنوي ٠.٠٥ ، وكان الاتجاه الغالب للعبارة " موافق " .

٤- احتلت عبارة تجعلني أشرك بالإدلاء بصوتي الانتخابي الترتيب الرابع بالنسبة للاتجاهات السلوكية للصورة علي المبحوثين ، وقد ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وعبارة تجعلني تجعلني أشرك بالإدلاء بصوتي الانتخابي؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.٣٢ وهي أصغر من قيمة كا^٢ الجدولية تحت درجة

ومن تحليل بيانات الجدول رقم (١٤) تبين أن قيمة (ت) ١.٠٦ ومستوي دلالتها ٠.٤٦٥ وهي أكبر من مستوى المعنوية ٠.٠٥ ، وهذا يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع (ذكور - إناث) وفهمهم للأحداث الانتخابية ، وبذلك لم يثبت صحة الجزء الأول من الفرض الأول.

جدول (٤٠)

يوضح العلاقة بين النوع (مدينة - ريف) وفهمهم للاحداث الانتخابية باستخدام اختبار T-Test للعينات المستقلة .

المتغيرات	عدد المبحوثين	الوسيط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية df	مستوى المعنوية
مدينة	١١٩	١٠٥.٨٨	٥.١٨	٢٤.٥	١٦	٠.٧٤٩
ريف	٩٣	٥١.٤٤	٤.١٥			

المصرى ، حيث تبنت وزارة الاتصالات فى عام ٢٠٠٢ مبادرة الانترنت المجانى بهدف زيادة مستخدمى الانترنت من خلال توفير آلية منخفضة التكلفة للاتصال بالانترنت ، ثم تبني مبادرة الانترنت واسع النطاق عام ٢٠٠٤ لخفض تكلفة الاتصال بالانترنت فائق السرعة ADSL مما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمى الانترنت بشكل ملحوظ بداية من عام ٢٠٠٧ .

٣- العلاقة بين العمر وفهمهم للاحداث الانتخابية

ومن تحليل بيانات الجدول رقم (٤٠) تبين أن قيمة (ت) ٢٤.٥ ومستوى دلالتها ٠.٧٤٩ وهي أكبر من مستوى المعنوية ٠.٠٥ ، وهذا يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين محل الإقامة (مدينة - ريف) وفهمهم للاحداث الانتخابية ، وبذلك لم يثبت صحة الجزء الثاني من الفرض الأول .

وهو ما يمكن تفسيره في ضوء تبني وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات العديد من المبادرات لنشر استخدامات الانترنت فى مصر بتكلفة ملائمة لشرائح عريضة من المجتمع

جدول رقم (٤١)

يوضح العلاقة بين العمر العلاقة بين العمر وفهمهم للاحداث الانتخابية باستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه أنوفا

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة	نوع العلاقة
بين المجموعات	٦.٢٢٢	٢	٦.٧٥	٠.٣٠٩	٠.٧٣٧	لا توجد
داخل المجموعات	٢٤١.٧٧٨	٢٤	٤٣٠.٥٨			علاقة
المجموع	٢٤٨.٠٠٠	٢٦				دالة

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير العمر وفهمهم للاحداث الانتخابية . وبذلك لم يثبت صحة الجزء الثالث من الفرض الأول .

ومن تحليل بيانات الجدول رقم (٤١) يتضح أن قيمة ف=٠.٣٠٩ ، ودلالتها=٠.٧٣٧ وهي أكبر من مستوى المعنوية ٠.٠٥ ، مما يدل على

٤- العلاقة بين المستوي الاجتماعي الاقتصادي وفهمهم للأحداث الانتخابية

جدول رقم (٤٢)

يوضح العلاقة بين المستوي الاجتماعي الاقتصادي وفهمهم للأحداث الانتخابية باستخدام تحليل التباين

أحادي الاتجاه أنوفا

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوي الدلالة	نوع العلاقة
بين المجموعات	٢٧.١٨٥	٢	١٣.٥٩٣	١.٦٣٧	٠.٢١٦	لا توجد علاقة
داخل المجموعات	١٩٩.٣٣٣	٢٤	٨.٣٠٦			علاقة دالة
المجموع	٢٢٦.٥١٩	٢٦				

للأحداث الانتخابية . وبذلك لم يثبت صحة الجزء الثالث من الفرض الأول .

الفرض الثاني : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الباحثين للصورة على صفحتي مرشحي الرئاسة وتذكرهم لتغطية الأحداث الانتخابية.

ومن تحليل بيانات الجدول رقم (٤٢) يتضح أن قيمة ف=١.٦٣٧ ، ودلالتها=٠.٢١٦ وهي أكبر من مستوي المعنوية ٠.٠٥ ، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوي الاجتماعي الاقتصادي وفهمهم

جدول رقم (٤٣)

يوضح العلاقة بين كثافة تعرض الباحثين للصورة على صفحتي مرشحي الرئاسة وتذكرهم لتغطية الأحداث الانتخابية. باستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه أنوفا

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوي الدلالة	نوع العلاقة
بين المجموعات	١٥٧٩.٨٥٢	٢	٧٨٩.٩٢٦			توجد علاقة
داخل المجموعات	١٣٤.٠٠٠	٢٤	٥.٥٨٣	١٤١.٤٧٩	٠.٠٠٠	علاقة دالة
المجموع	١٧١٣.٨٥٢	٢٦				

وهو ما يمكن تفسيره : أن الصورة الثابتة والمتحركة بألوانها الجذابة هي بالغة التأثير، بسبب سرعتها الخاطفة، وتعاقبها الشديد، فلا يجد الذهن وقتاً للتفكير والتمعن والتأمل، ومن أجل ذلك أصبحت الصورة الحية أكثر الوسائل الإعلامية إقناعاً، وقدرةً على التأثير ، وبفضل البرامج الحديثة في معالجة الصورة تحولت من

ومن تحليل بيانات الجدول رقم (٤٤) يتضح أن قيمة ف=١٤١.٤٧٩ ، ودلالتها=٠.٠٠٠ وهي أصغر من مستوي المعنوية ٠.٠٥ ، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للصور بصفحتي مرشحي الرئاسة المصرية ٢٠١٨ وفهمهم للأحداث الانتخابية .

الهامش إلى المركز، ومن الحضور الجزئي إلى موقع الهيمنة والسيادة على غيرها من العناصر والأدوات الثقافية والإعلامية.

جدول رقم (٤٥)

يوضح دلالة الفروق باستخدام اختبار LSD (أقل فرق دال)

كثيف التعرض		متوسط التعرض		كثافة التعرض للصور بصفتي مرشحي الرئاسة
مستوي الدلالة	الفرق في المتوسط	مستوي الدلالة	الفرق في المتوسط	
٠.٠٠٠ (دال)	١٦.٤	٠.٠٠٠ (دال)	١٦.٠	قليل التعرض
٠.٦٩٣ (غير دال)	٠.٤٤	-	-	متوسط التعرض

جدول رقم (٤٦)

يوضح العلاقة بين مستوى ثقة الجمهور في تغطية الصورة بصفتي مرشحي الرئاسة المصرية وبين معدل تفاعلهم معها

مستوي المعنوية	معامل الارتباط بيرسون	معدل التفاعل مع الصورة المتغير المستقل
٠.٠٠٣	٠.٤١٨	مستوي الثقة في تغطية الصورة لأحداث الانتخابية
١٨٢		ن

من تحليل بيانات الجدول رقم (٤٦) يتضح صحة الفرض الثالث، حيث بلغت قيمة ٠.٤١٨ بمستوي معنوية ٠.٠٠٣ وهي أصغر من مستوي معنوية ٠.٠٥، مما يعني وجود علاقة ارتباطية ايجابية دالة إحصائياً بين مستوى ثقة الجمهور في تغطية الصورة بصفتي مرشحي الرئاسة المصرية وبين معدل تفاعلهم معها.

الفرض الرابع: يزيد الاتجاه الايجابي للمبجوثين نحو الأطر المصورة لأحداث الانتخابات الرئاسية بصفتي مرشحي الرئاسة بحسب انتمائهم السياسي.

استهدف هذا الفرض قياس الاتجاه الايجابي نحو

من تحليل بيانات الجدول رقم (٤٥)، ومن خلال المقارنات البعدية نلاحظ إشارة النجمة * الموجودة في عمود الفروق بين وسطي المجموعتين الأول والثالثة (كثيف التعرض وقليل التعرض بلغ ١٦.٤ بمستوي دلالة ٠.٠٠٠ وهو دال إحصائياً عند مستوي معنوية ٠.٠٥، أما الفرق بين كثيف التعرض ومتوسط التعرض بلغ ٠.٤٤ بمستوي دلالة ٠.٦٩٣ وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوي معنوية ٠.٠٥، وكان هناك فرق دال إحصائياً بين متوسط التعرض وقليل التعرض أيضاً وقد بلغ ١٦.٠ بمستوي دلالة ٠.٠٠٠ وهو دال إحصائياً عند مستوي معنوية ٠.٠٥.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة الجمهور في أطر التغطية المصورة بصفتي مرشحي الرئاسة المصرية وبين معدل تفاعلهم معها.

تغطية الصورة لأحداث الانتخابات الرئاسية بصفتي مرشحي الرئاسة بحسب انتمائهم السياسي . وقد استخدام اختبار كروسكال وليس ، والذي يستخدم في الأصل الذي تمثله .

جدول رقم (٤٧)

يوضح اختبار كروسكال وليس للفروق بين الاتجاه الايجابي نحو تغطية الصورة لأحداث الانتخابات الرئاسية بصفتي مرشحي الرئاسة بحسب انتمائهم السياسي

الانتماء السياسي	المتوسط الحسابي	كا ^٢ كروسكال وليس	درجة الحرية	مستوي المعنوية
مؤيد للمرشح عبدالفتاح السيسي	٥.٩	١٢.١٤	٣	٠.٠٠٤
مؤيد للمرشح موسى مصطفى	١.٢			
لم يوضح موقفه	٢.٧			
لم يشارك في التصويت لأنها محسومة	١.٣			

وهو أصغر من مستوى معنوية ٠.٠٠٥ ، وبذلك يمكن القبول بصحة هذا الفرض .

الفرض الخامس : توجد فروق ذات دلالة بين مكونات الاتجاه (المعرفي - الوجداني - السلوكي) وأثر تعرض المبحوثين للصورة بصفتي مرشحي الرئاسة .

من تحليل بيانات الجدول رقم (٤٧) يتضح أنه يزيد الاتجاه الايجابي نحو تغطية الصورة لأحداث الانتخابات الرئاسية بصفتي مرشحي الرئاسة بحسب وضوح الانتماء السياسي للمبحوث ؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ لكروسكال وليس ١٢.١٤ بمستوي معنوية ٠.٠٠٤

جدول رقم (٤٨)

يوضح العلاقة بين مكونات الاتجاه (المعرفي - الوجداني - السلوكي) وأثر تعرض المبحوثين للصورة بصفتي مرشحي الرئاسة . باستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه أنوفا .

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوي الدلالة	نوع العلاقة
بين المجموعات	٤٣٩٢.٤	٢	٢١٩٦.٢٠	٧٤.٧٠	٠.٠٠٠	توجد علاقة دالة
داخل المجموعات	٣٥.٢	١٢	٢.٩٣			
المجموع	٤٤٢٧.٦	١٤				

الاتجاه (المعرفي - الوجداني - السلوكي) وأثر تعرض المبحوثين للصورة بصفتي مرشحي الرئاسة ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام اختبار LSD (أقل فرق دال)

ومن تحليل بيانات الجدول رقم (٤٨) يتضح أن قيمة ف=٧٤.٧٠ ، ودلالاتها=٠.٠٠٠٠ وهي أصغر من مستوى المعنوية ٠.٠٠٥ ، مما يدل علي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مكونات

جدول رقم (٤٩)

يوضح دلالة الفروق باستخدام اختبار LSD (أقل فرق دال)

المكون المعرفي		المكون الوجداني		كثافة التعرض للصور بصفحتي مرشحي الرئاسة
مستوي الدلالة	الفرق في المتوسط	مستوي الدلالة	الفرق في المتوسط	
٠.٠٠٠ (دال)	٤١.٨	٠.٠٠٠٠ (دال)	١٨.٢	المكون السلوكي
٠.٠٠٠٠ (دال)	٢٣.٦			المكون الوجداني

ما انعكس علي حجم التغطية المصورة بشقيها الثابت والمتحرك .

وهو ما يمكن تفسيره في إطار ما توصلت له نتائج دراسة فاطمة محمد عبدالبديع (٢٠١٦) ^(٩٥) والتي أشارت إلي أن أسباب متابعة الجمهور للانتخابات الرئاسية لعام ٢٠١٤ علي المواقع الاخبارية يرجع لسرعة وسهولة الحصول علي المعلومات الخاصة بالمرشحين وأيضا يوجد إمكانية المشاركة بالرأي والتفاعل مع ما يتم نشره ، وهو ما يتوافر في صفحات المرشحين علي الفيس بوك .

٢- ارتفاع نسبة الصور الموضوعية للأحداث الانتخابية في صفحتي الدراسة ، ويرجع ذلك إلي أهمية الصور الموضوعية في نقل أحداث الانتخابات أولا بأول .

٣- توجد فروق ذات دلالة بين صفحتي المرشحين محل الدراسة ونوع الصورة الفوتوغرافية (صور موضوعية- صور شخصية) ؛ حيث بلغت قيمة كا = ٢ = ١٥.٥ بمستوي دلالة ٠.٠٠٠ وهو أصغر من مستوي معنوية ٠.٠٥ عند درجة حرية ١

من تحليل بيانات الجدول رقم (٤٩) ، ومن خلال المقارنات البعدية نلاحظ إشارة النجمة * الموجودة في عمود الفروق بين وسطي المجموعتين الثالثة والأولي (المكون السلوكي والمكون المعرفي بلغ ٤١.٨ بمستوي دلالة ٠.٠٠٠٠ وهو دال إحصائيا عند مستوي معنوية ٠.٠٠٥ ، أما الفرق بين السلوكي والمكون الوجداني بلغ ١٨.٢ بمستوي دلالة ٠.٠٠٠٠ وهو فرق دال إحصائيا عند مستوي معنوية ٠.٠٠٥ ، وكان هناك فرق دال إحصائيا بين المكون المعرفي والمكون الوجداني أيضا وقد بلغ ٢٣.٦ بمستوي دلالة ٠.٠٠٠٠ وهو دال إحصائيا عند مستوي معنوية ٠.٠٠٥

وهو ما يمكن تفسيره أن تفوق المكون المعرفي للاتجاه علي المكون الوجداني والسلوكي لتأثير الصورة علي المبحثين إزاء الأحداث الانتخابية للرئاسة المصرية ٢٠١٨.

ثالثا : مناقشة أهم نتائج الدراسة

١- أولت صفحتا مرشحي الرئاسة اهتماما كبيرا لأحداث الانتخابات الرئاسية بمصر ٢٠١٨ ، وهو

وهو ما يمكن تفسيره ، أن الاعتماد علي العاطفة قد تؤدي إلي رد فعل سريع في اتجاه الجماهير نحو المرشح .

٧- أكدت النتائج أن غالبية المبحوثين يفضلون استخدام الصورة الحية الملتقطة بالكاميرا من موقع الحدث، حيث أكد غالبية المبحوثين عينة الدراسة قدرة هذه الصورة على جذب انتباههم وأنهم يتقنون في محتواها أكثر من الصورة المرسومة باليد والتي أكد البعض أنها قد يشوبها بعض التحريف والتشويه لتعمد الرسام نقل وجهة نظره، كما كشفت النتائج أن مكان وقوع الحدث ساعد المبحوثين بنسبة كبيرة على تذكر محتوى الحدث.

٨- بالنسبة لاجابيات الصورة بصفحتي مرشحي الرئاسة من وجهة نظر المبحوثين ، احتلت عبارة تضيف الحيوية والحركة علي النص الخبري للمنشور (البوست) الترتيب الأول ، ثم عبارة تساعد القارئ تكوين رأيه حول الأحداث الانتخابية الترتيب الثاني ، ثم عبارة تستقطب القارئ لتصفح البوست عبر صفحة المرشح الرئاسي الترتيب الثالث ، ثم عبارة تغطي تفاصيل أكثر دقة للحدث الانتخابي الترتيب الرابع ، ثم عبارة تساعد علي جودة التشكيل التصميمي لصفحة المرشح الترتيب الخامس ، ثم عبارة تبسط المعلومات لقارئ المنشور بصفحة المرشح الترتيب السادس .

وهو ما يمكن تفسيره

أن البصر أهم وأكثر حواس الإنسان استخداماً في اكتساب المعلومات، فضلا عن أن قوة الصورة تنطلق من مفهوم التصديق ، لأن الرؤية البصرية هي أساس التصديق، كما أنها تخاطب كل البشر،

وتتقارب هذه النتائج مع ما توصلت له دراسة جهاد حجازي (٢٠١٥) ^(٩٦) إلي أن الإنترنت جاء في المرتبة الأولى لمتابعة حملات التسويق السياسي لمرشحي انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٤ بنسبة ٢٧.٨% ، وجاءت الصحف القومية في المرتبة الأخيرة .

٤- غالبية الفيديوهات التي شملها التحليل بصفحتي الدراسة قد احتلت زمنا من دقيقة إلي دقيقتين الترتيب الأول من إجمالي الفيديوهات التي تم توظيفها في تغطية الأحداث الانتخابية وبنسبة ٥٥.٦ % .

وهو ما يمكن تفسيره إلي أن الفيديوهات تشغل مساحة كبيرة (سعة تخزينية) في موقع صفحتي الدراسة وهو ما يحتاج إلي سرعة تحميل أكبر أثناء المشاهدة (أي سرعة الإنترنت) بالإضافة إلي أن أغلب المواقع لا تقوم بأرشفة الفيديوهات ، أو تقوم بحذفها بعد فترة من الحدث .

٥- اتسمت غالبية الفيديوهات التي وظفتها صفحتنا الدراسة في تغطيتها للأحداث الانتخابية بالتحيز في تغطيتها لصالح مرشحها ، حيث وظفت صفحتنا الدراسة مجموعة من آليات التحيز في بناء الأطر المصورة .

٦- ارتفع نسبة الاستمالات العاطفية التي تم توظيفها في الصور الصحفية (الثابتة والمتحركة) وبخاصة في صفحة حملة المرشح عبدالفتاح السيسي ، وهو ما يتوافق مع طبيعة صفحات الحملات الانتخابية .

جوانب متعددة كالجوانب الاجتماعية والفكرية والسياسية.

٢- عدم تجاهل التحديات الشكلية في مجال الفنون البصرية لأنها تساهم بشكل فعال ونشط في جذب اهتمام المتلقي.

٣- لا بد من اتجاه الباحثين إلي الاتجاهات النظرية والمنهجية الحديثة في دراسات الأطر المصورة ، لمواكبة التطورات الأكاديمية الغربية في هذا المجال ولتطوير الدراسات العربية .

مراجع الدراسة

١- موقع اليوم السابع ٢ أبريل ٢٠١٨

<https://www.youm7.com/story/2018/4/2>

٢- الشيماء صفه محمد أبو الخير، دور الصورة علي موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك في فهم وتذكر الأحداث السياسية دراسة تحليلية وميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، ٢٠١٨)

3- Perreault, G., & Paul, N. (2018): "An image of refugees through the social media lens: A narrative framing analysis of the Humans of New York series 'Syrian Americans'", **Journal of Applied Journalism & Media Studies**, 7(1), pp,79-102.

٤- حمزة السيد خليل ، التحليل النقدي لدراسات الأطر المصورة في المدرستين الأكاديميتين الغربية والعربية في الفترة من ١٩٩٠ حتى ٢٠١٧ : دراسة تحليلية من المستوى الثاني ، مجلة البحوث والدراسات الاعلامية ، العدد الرابع ،

المتعلم والأمي، الصغير والكبير، وتكسر حاجز اللغات، لذلك فهي الأوسع انتشاراً .

وتختلف الصورة عن الكلمة المكتوبة في سهولة التلقي، لأن القراءة تتطلب التأمل وإشغال الذهن، أما الصورة فلا تحتاج جهداً ذهنياً كبيراً لتلقيها .

٩- اتفقت نتائج هذه الدراسة بشقيها التحليلي والميداني مع نتائج الدراسات السابقة التي أجريت في بعض دول العالم وكذلك مع فروض نظرية تحليل الأطر المصورة والتي اعتمدت عليها هذه الدراسة كإطار نظري لها في مجموعة من النتائج. كما اختلفت في نتائجها مع النتائج التي خرجت بها بعض الدراسات التي تناولت الأطر المصورة للقضايا والأحداث .

١٠- أكدت فروض الدراسة أنه توجد علاقة بين وضع الأطر المصورة والأيدولوجية المسيطرة بمحتوى الوسيلة (صفحتا مرشحي الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٨) ، وذلك بتوضيح تأثير الأيدولوجية على تشكيل الوسيلة الاتصالية من خلال استراتيجيات عملية الأطر التي يتم من خلالها نقل الفكر الأيدولوجي بواسطة الأطر المصورة . وهو الأمر الذي أشارت إليه نتائج التحليل الكيفي لهذه الدراسة من أن السياسة التحريرية التي تنتهجها كل صفحة من صفحتي مرشحي الرئاسة تؤثر بشكل أساسي على عرضها للموضوعات والقضايا الانتخابية من خلال الأطر المصورة .

رابعاً : توصيات الدراسة

١ - ضرورة إجراء مزيد من الدراسات التي تظهر أهمية الصورة والتعمق في توظيفها في تنمية

- ١٠- إيمان محمد أحمد سعيد ، التوظيف السياسي لتركيب الصور الفوتوغرافية (الفوتومونتاج) في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها علي الشباب الجامعي المصري ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، ٢٠١٦)
- ١١- حسن ابراهيم حسن ، " الصورة في المدونات الإلكترونية - دراسة تحليلية " ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، ٢٠١٦) .
- ١٢- وائل نظمي صلاح الدين ، " دلالات الصورة الصحفية والنصية حول الأزمة السورية في صحيفتي القدس الفلسطينية وبيديعوت أحرنوت الإسرائيلية " ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الأوسط ، قسم الإعلام ، ٢٠١٥) .
- ١٣- رانيا مراد عبد الرحمن ، " التوظيف السياسي للصور والرسوم في الصحافة المصرية - دراسة تحليلية على عينة من الصحف المصرية " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة أسيوط : كلية الآداب ، قسم الإعلام ، ٢٠١٤) .
- ١٤- مصطفى أكرم بدر ، " الصورة الصحفية للنزاع المسلح في سوريا بين صحيفتي العرب القطرية وهاريس الإسرائيلية " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (الأردن : جامعة الشرق الأوسط ، كلية الإعلام ، ٢٠١٣) .
- ١٥- غادة عطية واكد ، " استخدام طلاب الجامعة للكاريكاتير على موقع الفيس بوك وعلاقته بالوعي السياسي لديهم " ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا
- القاهرة : المعهد الدولي للإعلام بالشروق
ابريل - يونيه ٢٠١٨ من ص ص ١٩٦-٢٨١
5-Zhang, X., & Hellmueller, L. (2017):" Visual framing of the European refugee crisis in Der Spiegel and CNN International: Global journalism in news photographs", **International Communication Gazette**, 79(5),pp, 483-510.
- ٦- حمزة السيد حمزة خليل ، " دلالة تأطير الصورة لأحداث ثورة ٣٠ يونيه ، دراسة تحليلية مقارنة لمواقع الصحف المصرية والغربية " ، رسالة ماجستير غير منشورة (كلية التربية النوعية ، جامعة طنطا ٢٠١٧) .
- ٧- نجاح علي حسن ، أثر التفاعلية بين الصورة الصحفية بالمواقع الإلكترونية والصورة التلفزيونية باليوتيوب على البناء المعرفي للمتلقي دراسة تطبيقية ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة : كلية الآداب ، قسم الإعلام ، ٢٠١٦)
- ٨- شاهدة عبد السلام سرور ، التغطية الصحفية المصورة لمحاكمات نظامي مبارك ومرسى في الصحافة المصرية ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، ٢٠١٦) .
- ٩- سارة أحمد يسين أبو السعود ، أطر التغطية الصحفية المصورة لأحداث ثورة ٢٥ يناير في الصحف المصرية دراسة تحليلية ودلالية بالتطبيق علي صحف (الأخبار - الوفد - الشروق) خلال الفترة من ٢٥ يناير حتي ١١ فبراير ٢٠١١ ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة بني سويف ، كلية الآداب ، قسم الصحافة ، ٢٠١٦

البريطاني للعراق - دراسة تحليلية مقارنة
لعينة من المجلات المصرية والأمريكية" ،
رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة
عين شمس ، كلية التربية النوعية ، قسم
إعلام ٢٠٠٦).

٢٢ Elliot Parker . " A matter of culture :
Coparative study of photo journalism
in American and Korean News paper "
Paper Presented at The Association for
Education in Journalism and mass
communication , Texas ,May , 2006 .

٢٣-أميره أحمد سليمان أحمد ، " الصورة الصحفية
لانتفاضة الأقصى في الصحف المصرية : دراسة
تحليلية في الصحف المصرية من ٢٠٠٠ إلى
٢٠٠٤ " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة
عين شمس ، كلية التربية النوعية ، ٢٠٠٦)

٢٤-سعید محمد الغريب النجار ، " التغطية التصويرية
لأحداث الغزو الأنجلو أمريكي للعراق في صحيفتي
الأهرام المصرية وأخبار الخليج البحرينية : دراسة
تحليلية مقارنة في الشكل والمضمون " ، المجلة
المصرية لبحوث الإعلام ، العدد ٢٤ ، جامعة
القاهرة ، كلية الإعلام ، ٢٠٠٠

25- Cynthia King and Paul Martin Lester: "
photographic Coverage During The
Persian Gluf and Iraq Wars In Three
U.S NewsPapers", **Journaliam &
Masscommunication Quarterly**,
Vol.82, No.3, Autumn 2005

٢٦-أميرة عز ، التغطية المصورة لأحداث ثورة ٢٥
يناير في الصحف المصرية ، رسالة ماجستير
غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ،
قسم الصحافة ، ٢٠١٨)

٢٧-نرمين نصر محمد ، أطر تقديم العلاقات المصرية

(لطفولة، ٢٠١٣)

16- Jeremy Kreusch ., "
PHOTOJOURNALISM AS
PHOTONATIONALISM" , A Thesis
Submitted to the Graduate Faculty of
the Louisiana State University of the of
Arts in The Department of Art ,
Columbus College of Art May 2012.

١٧- أسامة عبدالرحيم علي ، دلالة تأطير الصورة
الصحفية في تناول الإعلام للحرب علي غزة
عام ٢٠٠٩ دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي
الأهرام المصرية وهيرالد تريبون الأمريكية ،
المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد
الحادي عشر ، العدد الثاني (جامعة القاهرة :
كلية الإعلام ، أبريل يونيه ٢٠١٢) ص ص
٩٧-١٤٤

١٨-أحمد عادل عبد الفتاح ، " التعرض للصورة
الصحفية بالمجلات المصرية وعلاقتها بالعملية
الإدراكية للشباب، رسالة ماجستير غير منشورة
(كلية التربية النوعية ، جامعة المنصورة ،
٢٠١٠).

١٩-هالة سعيد هلال ، الصورة الصحفية وبعض
تطبيقاتها في عينة من مجلات الأطفال"، رسالة
ماجستير غير منشورة،(جامعة عين شمس، معهد
الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٠ م)

٢٠- وليد عبد الفتاح النجار ، " دوافع تعرض الشباب
الجامعي للصور الصحفية بالصحف المصرية
والإشاعات المتحققة منها " ، مجلة بحوث التربية
النوعية ، العدد : ١٥ (جامعة المنصورة ، كلية
التربية النوعية ، ٢٠٠٩) .

٢١- محمد عثمان حسن ، " تقويم استخدام
الصورة الصحفية في تغطية الغزو الأمريكي

باتجاهات الجمهور نحو أداء المنظمات الحقوقية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، ٢٠١٣).

٣٣- ماجدة عبدالمرضي محمد سليمان ، أطر التغطية الإخبارية لأحداث الانفلات الأمني في الصحف اليومية في الفترة من ٢٨ يناير حتى ١٥ يونيو ٢٠١١ ، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، المجلد الحادي عشر ، يناير مارس ٢٠١٣) ص ص ٤٠٠-٤٠٩

٣٤- خالد عبد الحميد كامل خربوش، الأطر الخبرية للإعلام الأمني في الصحافة المصرية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو القضايا القومية: دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة أسيوط: كلية الأدب، قسم الإعلام ، ٢٠١٢)

٣٥- حنان كامل حفني مرعي ، الأطر الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان في المواقع الصحفية العربية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو هذه الحقوق ، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة المنصورة : كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوي ، ٢٠١٢)

٣٦- صباح عبده هادي الخشيني ، علاقة أطر تقديم المادة الإخبارية في الصحف اليمنية باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأحداث السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٠).

٣٧- غادة شكري محمود، الأطر الخبرية للعلاقات العربية الأمريكية في الصحف العربية الدولية قبل وبعد أحداث سبتمبر: دراسة تحليلية مقارنة

الأفريقية بعد ثورة ٣٠ يونيو واتجاهات الجمهور نحوها دراسة تطبيقية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة المنصورة : كلية الآداب ، قسم الإعلام ، ٢٠١٧)

28- Scott R. Maier, Compassion Fatigue and the Elusive Quest for Journalistic Impact: A Content and Reader-Metrics Analysis Assessing Audience Response, In: **Journalism & Mass Communication Quarterly** 2015, Vol. 92(3) 700 –722 available on SAGE: sagepub.com /journalsPermissions.nav DOI: 10.1177/1077699015599660jmcq.sagepub.com/ accessed on 27 November 2015 at 8:38 pm

٢٩- سحر احمد غريب أحمد، علاقة التحول في الدور السياسي بأساليب تأطير جماعة الإخوان المسلمين والسلفيين في الصحف الإلكترونية المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس : كلية الآداب ، قسم الإعلام ، ٢٠١٤)

٣٠- عاطف محمد سعد ، أطر معالجة قضايا المجتمعات المحلية في الصحافة الإقليمية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، ٢٠١٤).

٣١- منة الله ايهاب صلاح الدين محمود ، أطر تقديم الفاعلين السياسيين في تغطية الصحف الخاصة للأحداث والشؤون الدولية ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، ٢٠١٤).

٣٢- ميادة محمد صادق ، علاقة الأطر الصحفية لقضايا حقوق الإنسان المدنية والسياسية

- Communication Research**, vol. 30, No. 2, 2003, P. 225.
- 45-Linda J .Kenscki "A second Level Agenda Setting: A study of integration and progress", **Egyptian Journal of public opinion Research**, Vol.1,NO.3,July ,September 2008,P.92.
- 46-Dorceta E. Taylor, The rise Of the Environmental Justice Paradigm :Injustice Framing And The Social Construction Of Environmental Discourse ,American Behavioral Scientist, Vol.43,No.4,2000 ,P.511
- 47- Stephen D. Reese, Framing public life :Abridging model for media study, paper presented to the Inaugural conference for the center for the **Mass Communication Research**, University of South Caralina, Colombia, October 12-14, 1997, Pp.8-9.
- 48-Zhondang Pan, Projections of Power: Framing News Opinion, And U.S. Foreign Policy Studies Communication, Media, and Public Opinion, **Mass Communication And Society**, Vol.8, No.2, 2005,Pp.173-177
- ٤٩- أسماء السادة المحكمين:
- أ.د رفعت البدرى أستاذ الصحافة بكلية الآداب جامعة المنوفية
- أ.د سامي السعيد النجار أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام جامعة المنصورة
- أ.د شريف درويش اللبان أستاذ الصحافة ووكيل كلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ. د عبدالجواد سعيد أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام جامعة المنوفية
- أ. د فوزي عبدالغني أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام جامعة فاروس
- للأهرام الدولي - الشرق الأوسط- الحياة، رسالة ماجستير غير منشورة،(جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠٠٧)
- 38- Laura M. Arpan, Kaysee Baker, Youngwon Lee, Taejin Jung, "News Coverage of Social Protests and the Effects of Photographs and Prior Attitudes", **Mass Communication & Society**, Vol. 9, No. 1 (2006), pp. 1–20.
- 39-Griffin Micheal, Picturing America's war on terrorism in Afghanistan and Iraq: Photographic motifs as news frames, London, Sage Publications, Vol. 5, # , 2004, pp 38 – 40.
- 40-Paul D'Angelo, Framing the Press: A New Model for Observing Press Frames In Presidential Campaign News, **Dissertation Abstract of of PH. D.**, U. S. A: Temple University,2002.
- 41- Davis, Dennis, and Kent, Kurt" Framing, theory and research: implications for the practice of Journalism", Paper presented at the annual meeting of the international communication Association ,2006 ,p1.
- 42-Shanto Iyengar and Adam Simon, News Coverage of the Gulf Crisis and Public opinion: A Study of Agenda- Setting, priming, and framing, **Communication Research**, vol. 20, No. 3, 1993, P. 369.
- 43-Kathleen L. Endres" Help Wanted Female :Editor and publisher Frames-A civil Rights Issue", **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol.81, No.1,2004,P.8.
- (4)Wicks, Robert H., Understanding Audiences, Learning To Use The Media Constructively, Mahwah ,NJ ,Lawrence Erlbaum Asscites publishers, 2001,P.78.
- 44-Robin L. Nabi, Exploring the Framing Effects of Emotion: Do Discrete Emotions Differentially Influence Information Accessibility, Information Seeking, And Policy Preference?,

- ٥٠- السيد عبدالحميد عطية ، استخدام التحليل الإحصائي في بحوث الخدمة الاجتماعية (القاهرة : المكتب الجامعي الحديث ، ١٩٩٩) ص ١٩
- ٥١- حمزة خليل ، رسالة دكتوراه سابقة ، ص ١٩٦
- 52-Daniela V. Dimitrova, Matt Neznanski, "Online journalism and the war in cyberspace: A comparison between US and international newspapers", **Journal of Computer-Mediated Communication**, Vol. 12, No. 1 (2006)., pp. 248-263.
- 53--Wanta, Wayans & Rack, Virginia. **Cognitive and affective Responses to newspaper photographs, paper presented at the annual meeting of the Association for Education in journalism and mass communication , 76th, Kansas City, August 11/4/1993.**
- 54-Jhon Russtat.,(2000):"How Digital imaging Changes Work Of Photojournalists " , **NewsPaper Research Journal** , Vol 21 ,No(2) , Spring, P, 67.
- 55-Shishkin, Y. L., Dmitrienko, S. G., Medvedeva, O. M., Badakova, S. A., & Pyatkova, L. N. (2004):" Use of a scanner and digital image-processing software for the quantification of adsorbed substances". **Journal of Analytical Chemistry**,Russia, May 21 , vol(59),No (2),p. 104.
- 56- Janine Warner ,(2006): " **Dreamweaver CS5 For Dummies**". (USA:Wiley Publishing , Incp.11) ,p88.
- ٥٧-شريف درويش اللبان ، " التطور التكنولوجي وأثره في الارتقاء بالفنون الجرافيكية في الصحافة "الحديثة ، الكويت : مجلة عالم الفكر ، العدد ٢٥ ، الجزء ٢ ، ١٩٩٦ ، ص ٢١
- ٥٨-الشيماء أبو الخير مرجع سابق ، ص ٢٢١
- ٥٩-موقع اليوم السابع في ١٩ مارس ٢٠١٨
- ٦٠- أحمد جلال الدين بلال ، " أثر استخدام الصورة
- الصحفية الرقمية في إبراز القيم الدلالية بالوسائط الإخبارية المصرية " ، مرجع سابق ، ص ١٢٠
- ٦١-مها مصطفى محمود ، دور الفيس بوك في المشاركة السياسية لمستخدمي المجموعات السياسية دراسة تطبيقية علي انتخابات الرئاسة في مصر ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ٢٠١٥)
- 62- Merelo, J. J. (2017, June).” Impact of Protests in the Number of Smart Devices in Streets: A New Approach to Analyze Protesters Behavior. In Smart Cities”, **Second International Conference, Smart-CT 2017, Málaga, Spain, June 14-16, 2017, Proceedings** ,Vol. 10268, p, 75.
- 63-Shaw, Daron R. (2002): "How the Bush and Gore campaigns conceptualized and used the Internet in 2000". **Journal of Political Marketing** Vol 1, No (1),p. 39.
- 64-Entman, Robert M. (2007):" Framing bias: Media in the distribution of power", **Journal of Communication** Vol(57), No. (1),p.73.
- 65-Esser, Frank. (2008): “Dimensions of political news cultures: Sound bite and image bite news in France, Germany, Great Britain, and the United State" s. **The International Journal of Press/ Politics**, Vol . (13) , No. (4),pp. 29-28.
- ٦٦- إيمان موسى حسنين ، " اتصالات الكلمة الإلكترونية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية ودورها في المشاركة السياسية للشباب :دراسة تطبيقية على إنتخابات رئاسة الجمهورية ، في مصر " ، رسالة ماجستير .غير منشورة ، (جامعة المنصورة : كلية التجارة ، قسم إدارة الأعمال ، ٢٠١٣) ، ص ٣٩
- ٦٧-شيماء أبو الخير ، مرجع سابق ، ص ٢٠١

- ٦٨- تركي بن صالح عبد الله القحبانى ، مدى إسهام الإعلام الأمنى فى معالجة الظاهره الإرهابية ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة نايف للعلوم الأمنية ، كلية الدراسات العليا، قسم العلوم الشرطية ، التحقيق والبحث ، ٢٠٠٦)
- 69- Domke et.al, "The primes of our times? An examination of the 'power' of visual images", **Journalism**, Vol. 3, No. 2, (2002), pp. 131-159.
- 70- Shahira S. Fahmy, "Picturing Afghan women: A content analysis of AP wire photographs during the Taliban regime and after the fall of the Taliban regime," **Gazette: The International Journal for Communication Studies**, Vol. 66, No. 2, (2004), P. 94
- ٧١- مها عبد المجيد صلاح، "مواقع الفيديو التشاركى : واقعها ومستقبلها وتأثيراتها"، بحث منشور ، ملتقى الصحافة الالكترونية "مستقبل وسائل الاعلام فى العصر الرقمى"، القاهرة، ٢٠١٠، ص ١٣٠
- ٧٢- رضا عبدالواحد أمين، " استخدام الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت"، أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد و تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين
- 4 Jarboe . G (2009).” You tube and video marketing “,Available at: http://books.google.com/books?id=09kzFe5r oMUC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- 73- Jody c. Baumgartner ،Jonathan s. Morris 2010 ،my space ،YouTube and face book ،social networks web sites and political engagement of young adults ،social sciences computer review ،vol. 28.
- ٧٤- أسماء مسعد عبدالمجيد، "اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية : دراسة مسحية"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة حلوان :كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١١ م.)
- ٧٥- حمزة خليل ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، ص ٢٢٠
- ٧٦- حمزة خليل ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، ص ٢١٧
- ٧٧- أسامة عبدالرحيم ، مرجع سابق ، ص ١٣٨
- ٧٨- فاطمة علاء الدين عبدالله سليمان ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس : كلية الآداب ، قسم الإعلام ، ٢٠١٨)
- ٧٩- أسامة محمد عبدالرحمن حسنين ، دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري ، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الأطفال ، ٢٠١٤)
- ٨٠- محمد هاشم وحسن نيازي ، دور الانترنت في تشكيل اتجاهات وسلوكيات الشباب الجامعي نحو مرشحي انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٢ دراسة ميدانية ، المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر ، الإعلام وبناء الدولة الحديثة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ١-٢ يوليو ٢٠١٢)
- ٨١- سلام احمد عبده ، الخطاب الصحفي الانتخابي لأحزاب المعارضة " دراسة تحليلية بالتطبيق علي

ميدانية علي عينة من تلاميذ المرحلة الإعدادية بمحافظة الجيزة ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، المجلد الثاني ، العدد الرابع (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، أكتوبر ديسمبر ، ٢٠٠١) ص ٧٦-١

88-Phli Hoffman , (2008): " But are we really friends ? online social networking and community in undergraduate students " , **Unpublished PhD** , (Akron , Ohio: The University of Akron .

٨٩-هند السيد محمد حجازي ، " تقنيات إنتاج النصوص الفائقة بالمواقع الإخبارية واستخدامات الشباب الجامعي لها " ، رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة المنصورة ، كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوي ، ٢٠١٦) ص ٣

90-P.Boechler,C.Shaddock ," The Effects Of Visual Cues And Spatial Skill On World Conference On Educational Multimedia , " Hypermedia And Telecommunication "(Canada: university Of Alberta,2004). Retrieved from:

[Http://www.editlib.org/p/11697](http://www.editlib.org/p/11697).

91- Daniela V. Dimitrova, Matt Neznanski, "Online journalism and the war in cyberspace: A comparison between US and international newspapers", **Journal of Computer- Mediated Communication**, Vol. 12, No. 1 (2006), pp. 246.

٩٢-حسين صديق ، الاتجاهات من منظور علم الاجتماع ، **مجلة جامعة دمشق** ، المجلد ٢٨ ، العدد ٣ + ٤ (دمشق : جامعة دمشق ، ٢٠١٢) ص ٢٩٩-٣٢٢

٩٣-أمانى أشرف محمد المهدي ، التماس الشباب

الانتخابات مجلس الشعب ٢٠٠٠ ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، المجلد الثاني ، العدد الرابع (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، أكتوبر ديسمبر ، ٢٠٠١) ص ٧٧-١٤١

82-Ned Kock. (2005): "Media Richness or Media Naturalness? The Evolution of Our Biological Communication Apparatus and Its Influence on Our Behavior Toward ECommunication Tools", **IEEE Transactions On Professional Communication**, Vol. 48, No.(2),p.123.

83-William P. Eveland, Jr.Krisztina Marton & Mihye Seo,(2014): "Moving beyond "Just the Facts", The Influence of Online News on the Content and Structure of Public Affairs Knowledge", **Communication Research**, Vol. 31, No.1,p. 98.

84- William P. Eveland, Jr. Sharon Dunwoody(2011): "User Control and Structural Isomorphism or Disorientation and Cognitive Load?, Learning From the Web Versus Print, Top of Form", **Communication Research**, , Vol. 28, No. 1, 48-78.

٨٥-حمزة السيد حمزة خليل، استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ م ، المصرية والإشباع المتحققة منها-دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة طنطا، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ٢٠١٢ م.)

86-Deborah S. Chung & Seungahn Nah, **The Effects of Interactive News Presentation on Perceived User Satisfaction of Online Community Newspapers**, **Journal of Computer-Mediated Communication** 14 (2009), Pp.855-874

٨٧-ايناس أبو يوسف ، الصورة الذهنية للانتفاضة الفلسطينية لدي النشء دراسة

واتجاهات الجمهور المصري نحوها ، رسالة
ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة : كلية
الآداب ، قسم الإعلام ، ٢٠١٦)

٩٦- جهاد حجازي ، دور حملات التسويق
السياسي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو
المشاركة السياسية دراسة تطبيقية علي
الانتخابات الرئاسية ٢٠١٤ ، المؤتمر
العلمي السنوي الرابع ، التربية الإعلامية في
مواجهة غزو العقول في العصر الرقمي
(جامعة الأهرام الكندية ، كلية الإعلام ،
٢٠١٥)

المصري للمعلومات السياسية من شبكات
التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوي
المشاركة السياسية الافتراضية والفعلية دراسة
ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ()
جامعة المنيا : كلية الآداب ، ٢٠١٧)

٩٤- إيمان السيد جمعة رمضان ، دور المواقع
الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي
والاتجاه نحو الأحداث الجارية لدي شباب
المصريين المغتربين بالدول العربية ، رسالة
ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة :
كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوي ،
٢٠١٦)

٩٥- فاطمة محمد عبدالبديع ، معالجة المواقع الاخبارية
لانتخابات الرئاسة المصرية بعد ثورة ٢٥ يناير